

**PROGRAMMA DI SVILUPPO DEL
"DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA FILIERA
MODA PUGLIA"**

MARZO 2010

Indice

Premessa	4
1 Il contesto di riferimento	6
1.1 Il settore moda in Puglia	6
1.1.1 Tessile abbigliamento	6
1.1.2 Le calzature	9
1.1.3 Settore orafo	10
1.2 Dinamiche in atto	11
1.3 Configurazione del distretto	12
1.4 Analisi SWOT del distretto	13
1.5 Gli obiettivi generali e specifici di sviluppo del distretto	17
1.5.1 Supporto alla crescita del sistema di aziende del distretto	17
1.5.2 Rafforzamento delle imprese	18
1.5.3 Il consolidamento del contesto territoriale	19
1.5.4 L'integrazione nel contesto globale	20
1.6 Le azioni e i connessi progetti da realizzare	21
Allegato A – Elenco dettagliato dei sottoscrittori e dei cofinanziamenti	25

AZIONE 1. Ricerca, tecnologia e design per l'innovazione

1. Campionari Innovativi	31
2. Centro di ricerca, tecnologia e design per l'innovazione dei Dispositivi di Protezione Individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro (DPI e Services Center)	43
3. MOTRACK – Tecnologie ICT per la tracciabilità di prodotto nel settore MODA	69
4. TESSINN – Sviluppo di tessuti funzionali Innovativi	82
5. “COVIPRO - Sistemi di COdesign e Virtualizzazione PROdotti”, progetto derivante dall'accorpamento delle seguenti proposte:	88
-Scheda progetto “COFA – Sistema di codesign per il fast fashion nella filiera Moda Puglia	
-Schede di progetto “MOD@ - Metodologie e modelli avanzati Orientati alla validazione dei prodotti e processi in modalità Dinamica nel settore della mod@”	
6. CLUSTER SOCIAL RESPONSABILITY - “La gestione sostenibile del Distretto e delle sue PMI - Attestato EMAS per il Distretto e percorsi di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 per le sue PMI”, progetto	

derivante dall'accorpamento delle seguenti proposte: 108

-Scheda progetto "La gestione sostenibile attraverso il conseguimento dell'attestato EMAS da parte del Soggetto Promotore del Distretto"

-Scheda progetto "Cluster Social responsibility – percorso di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 e SA 8000 delle PMI del distretto"

AZIONE 2 - Accrescere le competenze degli operatori

7. Due passi avanti per il Made in Italy 133

8. Master di alta specializzazione in strumenti avanzati virtuali per il Design della Moda 155

9. Impresa formativa 181

AZIONE 3 - Internazionalizzazione

10. Internazionalizzazione 186

11. Boutique Puglia 214

12. Insieme per crescere 222

Azione 4 – Promozione del distretto

13. Supporto alla crescita del sistema delle imprese del distretto.

Progetto derivante dall'accorpamento delle seguenti proposte: 236

-Scheda progetto "Intreccio di filiere

-Scheda progetto "Os.Mo. – Sviluppo dell'osservatorio del territorio"

-Scheda progetto "Se non ti fai conoscere non vendi"

Indicazione degli interventi prioritari di piano 251

Premessa

Il settore Moda pugliese si trova ad un bivio: essere progressivamente schiacciato dalle continue evoluzioni dei mercati internazionali, restare disorganizzato e senza alcuna riconoscibilità, oppure fare leva sui suoi punti di forza, riflettere su come ragionevolmente possano evolversi i mercati al fine di realizzare una serie di interventi per ritagliarsi un ruolo di livello internazionale. I mercati sono diventati troppo grandi, complessi e con un elevatissimo numero di concorrenti.

Lo straordinario vantaggio della Puglia, però, è che ha tutti i numeri e le capacità per diventare la punta di diamante europea dell'industria della moda, perché può contare su un consolidato orientamento ad una produzione di qualità, costituito sia da un notevole numero di piccole imprese e artigiani con una tradizionale competenza e un consistente patrimonio di know-how, sia un discreto numero di imprese di maggior dimensioni (si pensi ad alcune localizzate nel Salento, nella Valle d'Itria e nella nuova provincia Barletta-Andria-Trani) che hanno le capacità per valorizzare il nostro territorio in tutto il mondo con lo sviluppo dei propri marchi e sviluppando competenze ad alto valore aggiunto attraverso contratti di licenza con griffe internazionali. A questa capacità produttiva e progettuale si aggiunge un sistema accademico e di ricerca con immense potenzialità che potrebbe fornire il giusto supporto ed impulso per innovare il settore sotto l'aspetto progettuale ed organizzativo.

Non solo. La Puglia è l'ultimo baluardo della "produzione" di abbigliamento fashion di qualità in Europa in quanto il Nord Italia ha ormai in gran parte delocalizzato rivolgendosi spesso a noi pugliesi per la realizzazione delle produzioni di qualità, e i Paesi del Nord Europa, compresa la Francia, hanno da tempo abbandonato questo tipo di attività manifatturiera. Spagna, Portogallo e Grecia non hanno una tradizione ed una capacità qualitativa così diffusa come la nostra e i Paesi dell'Est non possono contare su tradizione ed aziende locali che possano fare da traino del territorio.

Oltre il mercato Europeo esiste anche un mercato globale immenso. Nonostante oggi sia più difficile affrontare la concorrenza globalizzata, molte aziende hanno rafforzato la presenza all'estero e l'aumento del tenore di vita dei Paesi emergenti e dei Paesi produttori di materie prime farà aumentare esponenzialmente la richiesta di prodotti di prezzo medio-alto e alto/altissimo nei prossimi anni.

E' dunque questo il momento di fare delle scelte decisive per il futuro del settore, come aziende, come Distretto e come sistema Puglia. Le aziende hanno l'esigenza e il dovere di riflettere su quali strategie competitive adottare, tenendo conto delle linee evolutive del settore a livello mondiale, in modo da rafforzare il comparto e consolidare la loro presenza sui mercati nazionali ed esteri.

I tempi sono stretti per prendere decisioni ed organizzarsi, perché anche i concorrenti crescono: non solo i Paesi dell'Estremo Oriente, del subcontinente indiano e del Sud-America, ma anche l'Est Europa che avanza velocemente utilizzando il nostro know how ed i Paesi del Nord Africa, con i quali dal 2010 faremo parte dell'area di libero scambio EURO-MED, che prevede la possibilità di importazione nell'Unione Europea anche i beni tessili a dazio zero.

Le politiche pubbliche dovranno quindi concorrere a creare condizioni quadro favorevoli, grazie alle quali l'industria della moda, così come altri settori, possa svilupparsi e beneficiare di opportunità per competere ad armi pari, tanto sul mercato interno dell'UE

come su quello mondiale, con un impatto positivo per il complessivo sistema economico e sociale locale.

Partendo dunque dai punti di forza del nostro tessuto produttivo, imprenditori ed altri soggetti pubblici e privati sensibili allo sviluppo del settore moda, hanno la necessità e la responsabilità di aggregarsi in "distretto" per condividere linee strategiche e strumenti che imprese e istituzioni dovrebbero perseguire nel lungo periodo perché il settore moda consolidi la sua presenza sul territorio, perseguendo l'eccellenza a cui può aspirare.

Su questi presupposti e grazie alla opportunità offerta dalla Legge regionale n. 23 del 3 agosto 2007, nasce il Distretto produttivo della Filiera ModaPuglia (di seguito il "Distretto") come sintesi delle istanze di riconoscimento avanzate dai nuclei promotori: del "Distretto Produttivo ModaPuglia" e del "Distretto Produttivo Pugliese della Moda". Il Distretto ha avuto la possibilità di raccogliere anche il sostegno di organizzazioni di rappresentanza dei vari anelli dalla filiera, del mondo della ricerca, dell'Università e degli enti territoriali.

Il Distretto parte dalla convinzione che siano necessarie politiche differenziate in relazione alle dimensioni aziendali ed al loro posizionamento competitivo a sostegno dei processi che stanno caratterizzando i diversi comparti del settore, sia attraverso mirate al rafforzamento qualitativo e quantitativo delle imprese maggiormente strutturate che possano generare dinamiche di crescita non solo per le aziende che hanno accettato di accogliere la sfida della globalizzazione, ma per l'intero territorio pugliese, sia attraverso azioni di consolidamento del grande patrimonio di artigiani e micro imprese contoterziste che rappresentano il tessuto produttivo sul quale poggia il settore della moda. A tal fine è fondamentale imprimere una accelerazione verso quelle politiche di sviluppo dei campionari innovativi, di internazionalizzazione, alla formazione di prodotti di qualità, di avanzamento nella tecnologia, nell'organizzazione interna ed esterna all'azienda, nello sviluppo dei prodotti e dei processi, nello sviluppo dei sistemi di commercializzazione – che consentono complessivamente di recuperare efficienza operativa e di valorizzare il prodotto sul mercato.

Coerentemente con quanto richiesto dalla Legge Regionale n. 23 del 2007 (art. 7), il presente documento costituisce il Programma di sviluppo 2010 - 2012 del "Distretto produttivo della filiera moda Puglia" (di seguito il Programma).

Caratteristica del Programma, oltre al fatto che nasce dalle esigenze del mondo imprenditoriale, è l'aver individuato un sistema di azioni e progetti che costituisce il primo tentativo di progettualità integrata e pluriennale sul tema moda, facendo leva sui punti focali comuni, ossia il sostegno all'innovazione e all'evoluzione dei modelli organizzativi delle imprese, la creazione e promozione di una rete tra i poli produttivi della moda e servizi di competitività regionale, la valorizzazione della parte migliore dell'economia locale su scala internazionale.

L'intento del Programma è continuare a sostenere le imprese e il territorio cercando di valorizzare la dimensione trasversale della moda, trasversalità intesa come interazione innanzitutto tra le varie filiere e poi come sviluppo del rapporto fra moda e cultura, moda e tecnologia, moda e sport, moda ed enogastronomia. In questo modo il piano è strutturato sull'aggregazione di esperienze, iniziative, attività sviluppate intorno ai temi trasversali della creatività, dello sviluppo locale, della qualità.

1. Il contesto di riferimento

1.1 Il settore Moda in Puglia

Il settore della moda in Puglia è tra i più rilevanti a livello regionale per il numero di addetti e fatturato. Il settore include il comparto del tessile-abbigliamento, le calzature e il settore orafo. Secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia (2008) il valore aggiunto del settore moda, ossia la ricchezza prodotta, è stata di circa 1 miliardo di euro, ossia il 15% del totale manifatturiero. Nei seguenti paragrafi si descrive in dettaglio le caratteristiche e i segmenti di mercato di ciascun comparto.

1.1.1. Tessile abbigliamento

La Puglia è la prima regione meridionale, sia per numero di imprese attive nel comparto tessile-abbigliamento (circa 7.000) sia per numero di addetti (circa 38.000).*

Nell'ultimo decennio il comparto si è caratterizzato per i suoi profondi processi di ristrutturazione dal punto di vista quantitativo e qualitativo: il periodo 1996-2005 è stato connotato, dal punto di vista del numero complessivo delle imprese, da una sostanziale stabilità, tanto che le imprese sono passate da circa 6.900 a circa 7.700.

Tra il settembre 2008 e il settembre 2009 le imprese pugliesi del settore delle confezioni e degli articoli del vestiario si sono ridotte di 266 unità, pari a -5,55%, mentre quelle del settore tessile fanno registrare un decremento di 189 unità pari ad una contrazione del -9,03%. Si tratta di una flessioni ampiamente superiori a quelle registrate sia in Italia che nei diversi aggregati territoriali, ma che segnala come anche a livello regionale ci siano ulteriori e forti differenziazioni, con la provincia di Lecce che presenta una riduzione del -7,24% tra le imprese dell'abbigliamento e del -11,09% tra quelle tessili.

Questi dati confermano in ogni caso il peso ancora significativo che il comparto assume nel settore manifatturiero regionale, ma non danno conto dei profondi processi di selezione che lo hanno contrassegnato e che è stato avvertito in modo particolare dalle imprese terziste di piccole e piccolissime dimensioni sia per i processi di delocalizzazione attuati dalle imprese più grandi, sia per la difficoltà di intraprendere autonome politiche commerciali.

La specializzazione regionale riguarda prevalentemente il comparto della confezione di articoli di abbigliamento e maglieria, compresi i servizi produttivi di subfornitura (taglio, cucitura, confezione, stiro, ecc.), mentre è meno presente il comparto del tessile (produzione di filati e tessuti).

In particolare, le attività prevalenti in Puglia riguardano:

- Abbigliamento da uomo: abiti, capispalla e camicie
- Abbigliamento per bimbo e bambino (total look)
- Intimo
- Maglieria esterna
- Abiti da Sposa e da Cerimonia
- Jeans
- Calzetteria
- Cravatte

* Fonte POR Puglia.

Per quanto riguarda l'andamento del settore negli ultimi anni si è assistito ad un vivace riposizionamento verso l'alto delle imprese attraverso politiche di marchio ed acquisizione di licenze. Di contro vi è stato anche una sensibile contrazione del mercato, ma con andamenti assai differenziati da comparto a comparto, unitamente ad una riduzione quantitativa della produzione ed a una sensibile riduzione del numero delle imprese (prevalentemente terziste) e dell'occupazione.

A livello regionale il tessile - abbigliamento esprime una parte consistente del PIL (11,5% dell'intero comparto manifatturiero - dati 2008 Banca d'Italia) e la Puglia è la prima regione meridionale, sia per numero di imprese attive in questo comparto sia per numero di addetti (circa 38.000). Si stima che 65% della produzione italiana di abbigliamento per bambino viene dalla provincia di Bari, dove si concentra anche il 60-70% della produzione italiana made in Italy di abiti da sposa. Anche nelle aziende di dimensioni ridotte è presente un consistente patrimonio di know-how legato ai rapporti con importanti griffe del Nord Italia ed estere. Barletta è la più rilevante area produttiva italiana di calzature di sicurezza con un fatturato stimato di circa 120 milioni di Euro.

La concentrazione più rilevante di imprese specializzate nella produzione di tessile - abbigliamento si possono identificare in tre poli, individuati dall'ISTAT:

- polo produttivo dei Trulli (sud-barese)
- polo produttivo della Conca Nord barese (nuova Provincia Barletta-Andria-Trani)
- polo produttivo dell'area Salentina (provincia di Lecce)

L'area del sud barese/Trulli (comuni di Putignano, Locorotondo, Castellana Grotte, Martina Franca (TA), Noci ed Alberobello) è caratterizzata per la produzione di prodotti di alta qualità commercializzati con marchi aziendali, con griffe in licenza o importanti marchi di aziende del Nord Italia. Vi è la netta prevalenza di tre comparti: il vestiario esterno (in prevalenza capispalla e camicie), l'abbigliamento per bambino (total look), la produzione di abiti da sposa e da cerimonia.

La produzione è di qualità medio alta. Sono qui concentrate le aziende di punta del territorio che devono essere supportate da politiche di sostegno all'innovazione di processo e di prodotto, all'internazionalizzazione e alla comunicazione, nonché alla diffusione del franchising e nel sostegno all'incremento dei punti vendita.

Il polo produttivo della Conca Nord barese (nuova Provincia Barletta-Andria-Trani) caratterizzata, in passato, dalla presenza di imprese contoterziste e façoniste rivolte alla produzione di maglieria esterna, biancheria e maglieria intima, abbigliamento sportivo e per il tempo libero, felpe/pigiamaeria collegate sia ad imprese del medesimo territorio, sia ad imprese dislocate fuori dalla regione, ha visto emergere affianco a queste produzioni tradizionali recentemente con grande successo aziende specializzate in abbigliamento casual che stanno puntando ad affermare un propri marchi rivolti al mercato giovanile.

Tale struttura produttiva giustifica l'adozione di politiche di sistema volte ad incentivare la collaborazione con le aziende capofila e a sostenere la crescita di quelle aziende che stanno già cercando di sviluppare marchi propri, parallelamente alla loro attività di produttori su progetto altrui (le cosiddette aziende miste), il cui numero appare in crescita.

Questo comparto rappresenta la sfida più ardua da interpretare, nell'ambito di un'ampia tendenza alla restrizione del mercato.

Sono presenti alcune aziende dell'intimo che hanno puntato su una politica di marchio aziendale, alcune dotate anche di canali di commercializzazione all'interno della grande distribuzione. L'azione prioritaria per il sostegno alla crescita del territorio è rappresentata da un sistema di formazione strutturato in grado di imprimere un'accelerazione nella crescita qualitativa delle aziende sia sotto l'aspetto stilistico che produttivo.

Nell'**area salentina** prevale la produzione di abbigliamento casual (jeans), di calze, camicie, cravatte e cappelli; più modesto è l'apporto delle imprese produttrici di filati, ricami, tessuti e tendaggi sia per numero che per dimensione aziendale. Anche quest'area è caratterizzata da poche aziende strutturate con marchi aziendali affermati e una moltitudine di aziende che lavorano contoterzi anche per griffe nazionali ed internazionali.

Per quanto riguarda la produzione di **abbigliamento per bambino e degli abiti da sposa e cerimonia** un possibile scenario futuro può essere quello di rafforzare le azioni miranti al consolidamento e al rafforzamento del polo produttivo, grazie alle capacità artigianali di produzione, valorizzata dalla capacità delle imprese di sviluppare strategie di marchio e consolidare le esperienze di associazionismo già esistenti. Molte imprese di questi settori hanno la potenzialità di incentivare azioni miranti allo sviluppo della commercializzazione diretta, unitamente a politiche di penetrazione di marchi esteri.

Il settore potrebbe essere potenziato attraverso la realizzazione di un sistema di offerta integrata, l'ampliamento della capacità di innovazione tecnologica, di innovazione e commercializzazione del prodotto con marchi propri.

Nell'ambito della produzione dell'**intimo e lingerie**, le aziende maggiormente strutturate stanno assumendo peso sempre maggiore, e ciò è in parte legato alle funzioni di controllo delle reti di decentramento interno ed internazionale, attraverso strategie di commercializzazione diretta.

Tra le strategie di reazione messe in atto dalle aziende del territorio c'è consolidamento della produzione delle imprese leader, con strategie centrate su marchi-distribuzione, la valorizzazione del made in Italy e l'estensione ed il rafforzamento delle reti di decentramento internazionali. Si sta assistendo, infatti, allo spostamento degli acquisti della GDO verso le importazioni, ma con commesse affidati a produttori locali per prodotti speciali, di fascia a lta e per riassortimenti: un processo che sta facendo registrare una diminuzione della produzione, la cui conseguenza diretta è rappresentata dalla chiusura di molti laboratori conto terzi.

Tra i possibili scenari ipotizzabili vi è l'impiego di nuovi materiali (tessuti anti batterici, profumati, no-nichel), una ulteriore riduzione quantitativa della produzione, dovuto al fatto che il prodotto "base", quello caratterizzato da un contenuto stilistico inferiore, sarà progressivamente soppiantato dalla concorrenza asiatica. Un altro scenario potrebbe prevedere l'intensificazione delle reti di decentramento internazionale.

Per quanto riguarda la produzione di **maglieria**, si registra un significativo aumento della concorrenza e delle importazioni dai paesi asiatici (prevalentemente dalla Cina), a cui si aggiunge un aumento del potere di mercato della distribuzione, anche per i fenomeni di concentrazione (outlet, piccole catene, grandi distributori), una forte riduzione dei volumi di produzione ed una tendenza rapida ed estesa verso la chiusura dei laboratori artigianali.

Le imprese del territorio pugliese specializzate in questo comparto stanno reagendo attivando strategie di miglioramento del prodotto e di riposizionamento verso la fascia alta di mercato. Quelle che, invece, hanno tentato una ulteriore intensificazione della

concorrenza sui prezzi hanno subito i maggiori contraccolpi essendo contrette o ad uscire dal mercato o a trasformarsi da imprese produttrici a imprese importatrici – distributrici.

Gli scenari ipotizzati sono caratterizzati da un'ulteriore accelerazione del fenomeno sopra indicati, che vedrà, da un lato, aziende rivolte ad un continuo miglioramento del prodotto e lo sviluppo di politiche di marchio, e dall'altro al processo di chiusura di un numero crescente di micro imprese rimaste a contrastare la concorrenza solo sul fronte dei prezzi.

Nel comparto **capi spalla** si registra la tendenza a spostare la capacità competitiva verso fattori immateriali, attraverso la comunicazione, il design, lo sviluppo dei marchi ed il made in Italy, nonché la commercializzazione diretta e la penetrazione dei mercati esteri

1.1.2 Le calzature

La Puglia è la quarta Regione in Italia per numero di addetti nel settore calzaturiero e la prima nel mezzogiorno. Nel 2008 ha esportato calzature per un ammontare di 262 milioni di Euro che rappresentano il 3,8% delle esportazioni complessive nazionali (dati ANCI). La produzione è localizzata in due poli: la nuova provincia BAT e sud Salento (provincia di Lecce).

La produzione di calzature della **nuova Provincia Barletta-Andria-Trani** (ex Nord barese) è concentrata nei poli produttivi di Barletta, Trani e Molfetta. Il primo è caratterizzato dalla produzione di calzature antinfortunistica (per circa 120 milioni di euro), realizzata da medie e grandi imprese che lavorano prevalentemente a marchio proprio, e di calzature casual, sandali e doposci prodotte da piccole e medie aziende (per circa 150 milioni di euro); Trani è specializzata nella produzione di calzature da donna (per circa 80 milioni di euro) in prevalenze di segmento medio, realizzate da piccole ed alcune medie imprese, mentre Molfetta è caratterizzata dalla produzione di calzature posizionate nel segmento medio-fine (per circa 20 milioni di euro).

Nel polo di Barletta, a partire dalla metà degli anni 90, si è verificato un sensibile mutamento dell'assetto produttivo attraverso ristrutturazioni aziendali e diversificazioni di prodotto. Importanti aziende hanno riconvertito la produzione passando nel settore delle calzature anti infortunistiche, facendo diventare Barletta la più rilevante area produttiva italiana di calzature di sicurezza.

Le tendenze recenti del comparto delle calzature anti infortunistica (circa la metà delle imprese presenti nel polo barlettano) evidenziano significativi investimenti sulla qualità dei prodotti, certificazioni tecniche e marchi, cercando di presidiare le fasce medio alte dei mercati. Le possibilità future di questa produzione sono legate all'aumento di ricerca e di progettazione stilistica e tecnica, alla diversificazione del prodotto (ad esempio, guanti e abiti da lavoro) e dei mercati di esportazione.

Il quadro delle tendenze e delle possibilità del comparto delle calzature casual mostra che le imprese sono ormai poco competitive nei confronti delle importazioni sui grandi volumi. Sono in atto: una progressiva riduzione, fino all'abbandono, delle produzioni di fascia bassa e la tendenza a passare dalla produzione in programmato a quella pronto moda. Le vendite sul riassortimento sono in aumento. Tempi di consegna e flessibilità produttiva costituiscono i principali fattori produttivi. Vi è, inoltre, qualche tentativo di investimento sui marchi e di acquisizione di licenze da marchi esterni.

La produzione di Trani e Molfetta è caratterizzata da numerose piccole imprese, solo pochissime superano di poco i 5 milioni di Euro, per un fatturato complessivo di 100 milioni di Euro.

Il settore del sud Salento (provincia di **Lecce**), e nello specifico nell'area di **Casarano**, è specializzato nella produzione di calzature da passeggio in pelle e cuoio per uomo donna e bambino di qualità medio alta. Tale area è caratterizzata da alcune grandi imprese e da piccolissime realtà produttive. Gli addetti sono circa 3.000, per un fatturato di circa 300 milioni di Euro.

Nell'area si è sviluppata la presenza di circa 180 unità produttive specializzate nella produzione di calzature, unitamente ad altre 17 unità locali attive nel comparto affine della lavorazione di articoli di pelletteria. Rispetto al polo produttivo della BAT le imprese specializzate nel comprensorio di Casarano presentano dimensioni mediamente più strutturate per cui sono spesso in grado di presidiare direttamente i rapporti con il mercato finale che tende a ricondursi ai canali distributivi specializzati, sia in Italia che all'estero.

Nello stesso tempo sono sufficientemente diffusi all'interno di questo polo produttivo meccanismi di sub fornitura, tanto che le imprese più strutturate spesso producono per le griffe nazionali ed estere (Tods, Lumberjack), nonché per "private label" di società distributive estere, mentre attorno alle imprese più strutturate esiste un tessuto produttivo di piccole imprese che tipicamente forniscono alle prime servizi produttivi specializzati.

Le produzioni locali forti anche della tradizione artigianale e del knowhow tecnico che ne deriva si posiziona prevalentemente nelle fasce medie e medio alte del mercato, esprimendo standard qualitativi elevati.

Negli anni 1980 – 1990 il comparto manifatturiero ha manifestato un consolidamento in ambito internazionale, mentre negli anni 2000 sta attraversando una crisi che ha in parte generato un processo di riposizionamento sul versante delle produzioni medio alte e il contestuale utilizzo di significativi percorsi di delocalizzazione.

In un quadro di generale contrazione, per quanto riguarda l'andamento dell'export l'opinione degli osservatori e dei testimoni privilegiati sembra segnalare una sensibile differenziazione nei risultati fra le imprese: da un lato diverse imprese, soprattutto barlettane, registrano dei risultati superiori alla media nazionale grazie a maggiori dimensioni, marchi propri, migliori performance della calzatura infortunistica e realizzazione di reti di decentramento produttivo internazionale. Dall'altro le prospettive del settore calzaturiero appaiono orientate verso una ulteriore riduzione della produzione in Italia, con un aumento della delocalizzazione e dell'import verso una contrazione del numero delle imprese.

Migliori sono le prospettive di mercato per le calzature antinfortunistiche e per quelle già posizionate su fasce di mercato medio - alto. Un ulteriore fattore di successo sarà determinato anche dalla dimensione che consente investimenti in design ed innovazione, nonché di governare i flussi di produzione ormai multinazionali e i complessi rapporti diretti con la distribuzione.

1.1.3 Settore orafa

Il settore orafa-argentiero-gioielliero del barese contribuisce non poco alla promozione del made in Italy nel mondo. Pur non rappresentando uno dei comparti di punta dell'economia

locale è molto attivo nella ricerca di spazi nazionali ed internazionali per le sue produzioni di qualità ed in alcuni casi di eccellenza.

Per quanto riguarda la produzione, le aziende di questo comparto, pur essendo prevalentemente di piccola dimensione, sono fortemente legate alla tradizione del territorio ed al contenuto artistico. La maggior parte delle imprese del comparto dimostrano una grande attenzione alla individuazione e al diretto soddisfacimento del bisogno del cliente, anche in ragione della presenza di numerose imprese che lavorano su commessa di intermediari, operando come veri e propri terzisti.

La fabbricazione di accessori di gioielleria in Puglia è prevalentemente concentrata nella produzione di oggetti di gioielleria ed oreficeria di metalli preziosi e nella lavorazione di pietre preziose e semi preziose, con una forte prevalenza del primo di questi settori che sottolinea la propensione verso la lavorazione dei metalli rispetto alle pietre.

Da alcuni anni il settore in Italia ha dovuto affrontare problemi come l'apprezzamento dell'Euro sul dollaro, l'escalation delle quotazioni dell'oro la crescente concorrenza sui mercati internazionali da parte dei paesi di recente industrializzazione o in via di sviluppo.

Il settore in Puglia negli ultimi anni è in crescita costante, e si è assistito alla “moltiplicazione” dei laboratori orafi pugliesi che, sotto l'impulso delle 6 scuole orafe (tra cui l'Istituto d'arte con indirizzo riservato all'oreficeria di Corato-Bari), si sono diffusi in tutta la Puglia, sviluppando fenomeni di vero e proprio localismo produttivo.

Il mercato del centro-sud Italia è caratterizzato da una presenza predominante della distribuzione tradizionale, fondata su agenti e rappresentanti, anche se i produttori ritengono che l'evoluzione futura del settore debba passare attraverso la costruzione di una rete di distribuzione “diretta”, l'ampliamento dei rapporti con l'export, maggiore collegamento con il mondo della scuola, che già vanta una importante diffusa presenza specialistica nel settore sul territorio, oltre all'attuazione di sinergie di sistema con gli altri territori a “specializzazione orafa”, in primo luogo Arezzo e Vicenza.

1.2 Dinamiche in atto

Il sistema internazionale della moda sta attraversando un cambiamento epocale che coinvolge molteplici aspetti, da quello geografico, attraverso una nuova divisione internazionale del lavoro, con lo spostamento del baricentro produttivo e commerciale del settore verso Est; alla reinterpretazione del modello di impresa – chiamata a riorganizzarsi per passare dall'identità manifatturiera al post-industriale; alla ridefinizione della catena del valore produttivo, in cui il consumatore finale e la sfera sociale in cui il prodotto trova collocazione assumono una rilevanza determinante, poiché il valore percepito è influenzato da parametri difficilmente misurabili, immateriali.

Alla luce di tali cambiamenti, il sistema industriale pugliese della moda si è interrogato sulle strategie di sviluppo da intraprendere in modo da proseguire, in modo razionale ed organizzato, sulla strada del riposizionamento competitivo già avviato da qualche anno sotto la spinta della globalizzazione.

Il settore Moda ha ancora un futuro in Europa? Approfondendo le dinamiche in atto a livello mondiale emerge che il settore nei paesi dell'unione Europa è in forte cambiamento, si sta innovando e non è assolutamente destinato a scomparire, come invece qualcuno sostiene.

Anche in Italia, il sistema moda continua a giocare un ruolo da protagonista, pur in una fase caratterizzata da una parte da fenomeni di forte razionalizzazione e dall'altra dalla perdita di posizione nel quadro della competizione mondiale.

L'Italia infatti, nonostante la crescita esponenziale della Cina (che da sola detiene il 24,4% dell' export mondiale), è ancora il secondo paese esportatore al mondo e continua a mantenere un ruolo di traino per altri settori per l'acquisto di beni e servizi.

Le dinamiche "positive" in atto vanno valorizzate. La ridefinizione della geografia degli scambi del sistema moda impone una riflessione su come sostenere e valorizzare nel medio-lungo termine il patrimonio di conoscenza e creatività che ha fatto apprezzare i prodotti italiani in tutto il mondo.

Anche a livello pugliese, a fronte di una riduzione quantitativa della produzione, si riscontrano fenomeni in controtendenza, di rafforzamento qualitativo e quantitativo di un ristretto numero di imprese, maggiormente strutturate, che hanno puntato al riposizionamento verso l'alto dei prodotti attraverso politiche di marchio e acquisizione di licenze.

Quindi una questione a cui gli imprenditori pugliesi intendono preliminarmente trovare una risposta è: come valorizzare la parte migliore dell'economia locale su scala internazionale? Come incoraggiare e consolidare le dinamiche positive che stanno interessando il sistema produttivo pugliese? I progetti sviluppati nell'ambito di questo Programma vogliono rispondere a tali domande attraverso l'avvio di un processo di sviluppo della catena del valore dei prodotti del settore Moda.

Per comprendere il reale apporto del settore moda alla ricchezza del Paese e della regione Puglia non bisogna limitarsi a considerare le imprese codificate statisticamente nel comparto e nell'indotto, ma è necessario considerare la filiera nella sua complessità. Il solo settore del tessile abbigliamento, ad esempio, è il primo committente dell'industria chimica e della gomma plastica e contribuisce in modo rilevante all'acquisto di servizi.

Vi sono inoltre ulteriori questioni di primaria importanza a cui le azioni e i progetti del Programma devono rispondere sono relative a come favorire la crescita in loco di quelle attività che contribuiscono a conferire valore immateriale ai beni e alle attività di trade, come far crescere la presenza all'estero, in che modo fare crescere le expertise delle imprese pugliesi per poter competere sui mercati globali, ecc

1.3 Configurazione del distretto

Il 27 febbraio 2008, è stato sottoscritto il Protocollo di Intesa per la promozione del riconoscimento del "Distretto Produttivo Moda Puglia" (di seguito il Distretto). Dal punto di vista giuridico, il Distretto è individuato sulla base della Legge Regionale 3 agosto 2007 n. 23 "Promozione e riconoscimento dei distretti produttivi" e definito in virtù di una significativa concentrazione di piccole e medie imprese svolgenti attività collegate ed integrate in un sistema produttivo rilevante, appartenenti ad uno o più ambiti territoriali anche non confinanti tra loro con il forte coinvolgimento delle Associazioni di categoria e sindacati.

Mario Totaro, Presidente del Distretto, è stato nominato dal Comitato di Distretto composto dai 25 membri in rappresentanza dei suoi **soggetti promotori: 203 aziende, 16 associazioni di rappresentanza di industriali, artigiani e commercianti, il sistema camerale, 3 università ed un centro di ricerca, 8 comuni e i 3 sindacati confederali.**

Il Distretto intende sviluppare e consolidare le potenzialità del territorio contribuendo a rendere le aziende sempre più competitive, innovative e internazionalizzate attraverso le seguenti azioni:

- rafforzare l'innovazione delle imprese con interventi a supporto dei campionari innovativi, dell'innovazione di mercato, di prodotto e dei materiali, attraverso lo sviluppo dei rapporti fra imprese, tra territori, l'Università e i Centri di ricerca;
- supportare l'internazionalizzazione delle aziende rafforzando la loro presenza all'estero organizzando attività di promozione, missioni incoming di operatori esteri, studiando mercati-obiettivo e creando le condizioni per l'apertura di show room;
- creare reti tra i poli produttivi della moda e servizi di competitività regionale;
- migliorare la formazione degli addetti del settore.

Tale Distretto intende valorizzare e mettere a sistema sia la dimensione trasversale dei comparti del settore moda, Tessile – Abbigliamento, Calzature e Gioielli, sia le filiere verticali dei singoli comparti sia le molteplici competenze e le diversità di produzioni realizzati in Puglia. Questi fattori infatti rappresentano una debolezza del territorio se restano slegati fra loro, ma possono diventare un formidabile punto di forza se messe in rete sotto un unico distretto.

La promozione del distretto si basa sulla consapevolezza delle imprese che molto del futuro del settore si giocherà sull'evoluzione delle relazioni interne alla filiera e che quindi la gestione in forma integrata di alcune attività all'interno del ciclo economico possa consentire di superare i rischi di isolamento ed emarginazione in cui la singola impresa, specie se di piccole dimensioni, rischia di chiudersi riducendo competenze e potenzialità di crescita.

Gli imprenditori sono altresì consapevoli della necessità di innalzare la qualità della relazione "fornitore cliente" in termini di valorizzazione e trasferimento delle specifiche competenze, in modo da incentivare la diffusione di modelli di filiera in cui le aziende operino in forma aggregata su ipotesi progettuali condivise.

La nascita del Distretto, pertanto, è espressione della volontà delle imprese e delle Associazioni che le rappresentano di individuare un sistema di azioni tese a:

- sostenere l'evoluzione dei modelli organizzativi delle imprese;
- creare una rete tra i poli produttivi della moda e servizi di competitività regionale;
- promuovere gli investimenti innovativi integrati delle imprese;
- favorire l'internazionalizzazione e la formazione degli addetti del settore.

1.4 Analisi SWOT del distretto

Il distretto della Moda pugliese per potersi sviluppare a pieno, dovrà necessariamente affrontare delle problematiche di cruciale importanza che ne condizionano la performance competitiva, talune derivanti dalla propria struttura produttiva intrinseca, talaltre relative a fattori esogeni (legati alla natura del mercato).

La tabella di seguito riportata sintetizza i diversi aspetti che condizionano la competitività del distretto pugliese suddivisi a seconda della natura endogena (punti di forza e debolezza) o esogena (opportunità e minacce).

Tabella 1-1: Analisi SWOT per il Distretto della Moda

Punti di forza	Punti di debolezza	Opportunità	Minacce
- Varietà produttiva e diffusione delle aziende su tutto il territorio regionale; - Rafforzamento qualitativo e quantitativo di un ristretto numero di imprese; - Apporto dell'imprenditoria all'occupazione femminile; - Flessibilità offerta dalle piccole imprese e terziste. - Presenza di imprese moderne e ben strutturate con marchi propri noti a livelli nazionale ed internazionale - Presenza di imprese moderne e ben strutturate licenziatrici di griffe internazionali	- Scarsa attenzione al mercato. - Scarsa propensione verso l'export. - Insufficiente innovazione nella realizzazione dei campionari (design e creatività) - Scarsa conoscenza delle dinamiche dei mercati internazionali - Scarsa capacità ad adeguare i propri prodotti alle caratteristiche dei vari mercati internazionali - Scarsa diffusione delle competenze necessarie per affrontare le innovazioni di prodotto e le opportunità dei nuovi mercati	- Diventare in Europa la piattaforma produttiva e della commercializzazione di griffe internazionali - Differenziazione attraverso innovazione di prodotto;; - Aumento della consapevolezza del consumatore degli effetti sulla salute dei prodotti. - Aumento della spesa dei Paesi emergenti e dei Paesi produttori di materie prime	- Aumento importazioni e concorrenza (spesso sleale); - Progressiva perdita delle competenze - Completa delocalizzazione delle fasi di lavorazione - Completo spostamento dei centri decisionali, progettuali e commerciali nel Nord Italia - Squilibrio del cambio Euro Dollaro; - Aumento potere di mercato della distribuzione; - Contraffazione.

Punti di forza

Il primo punto di forza del distretto moda pugliese è rappresentato dalla varietà di offerta produttiva e dalla diffusione capillare su tutto il territorio regionale delle aziende che operano sia con marchi propri e licenziatrici di griffe.

Inoltre nel distretto pugliese, come del resto nel sistema moda italiano, a fronte di una riduzione quantitativa della produzione, si riscontrano fenomeni in controtendenza quali il rafforzamento qualitativo e quantitativo di un numero ristretto di imprese.

Un ulteriore punto di forza che caratterizza il sistema moda della Puglia è l'apporto della forza lavoro femminile. Il settore moda pugliese contribuisce in misura notevole a favorire l'incremento dell'occupazione femminile (più di un terzo delle donne occupate nella trasformazione industriale a livello regionale) lavora nel settore moda.

Infine, il settore moda regionale si caratterizza per il ricorso all'ausilio di piccole imprese contoterziste, garantendo così flessibilità e delocalizzazione di produzioni a bassa qualità in paesi con minore costo del lavoro.

Un altro punto di forza è che il sistema moda italiano nel suo complesso continua a giocare un ruolo da protagonista in Europa, anche in una fase caratterizzata da una parte da fenomeni di forte razionalizzazione delle produzioni: le dinamiche in atto a livello mondiale denotano che il settore è in forte cambiamento, si sta innovando ed è ancora determinante in termini di PIL prodotto. Anche a livello pugliese, a fronte di una riduzione quantitativa

della produzione, si riscontrano fenomeni in controtendenza, di rafforzamento qualitativo e quantitativo di un ristretto numero di imprese, maggiormente strutturate, che hanno puntato al riposizionamento verso l'alto dei prodotti attraverso politiche di marchio e acquisizione di licenze.

La ridefinizione della geografia degli scambi del sistema moda impone una riflessione su come sostenere e valorizzare nel medio-lungo termine il patrimonio di conoscenza e creatività che hanno fatto apprezzare i prodotti italiani in tutto il mondo. Determinante è l'apporto che l'imprenditoria dà all'interno del mercato del lavoro, all'occupazione femminile a cui il settore contribuisce per una quota superiore ad un terzo del totale delle donne occupate nella trasformazione industriale. Tale peso appare particolarmente rilevante, infatti, in Puglia, laddove si evidenzia una bassissima partecipazione della componente femminile al mercato del lavoro rispetto al dato nazionale (in Italia c'è un tasso di attività femminile del 37%, in Puglia del 26.82% tra i più bassi d'Europa).

Le imprese più dinamiche del settore tendono ad abbinare alle tradizionali competenze manifatturiere elementi di creatività, concentrando i propri sforzi nel processo di creazione di prodotti sempre più innovativi, e ad adottare nuovi canali di distribuzione per rispondere meglio alle esigenze dei consumatori. Si sono ormai consolidate aziende che hanno puntato sulla valorizzazione del loro marchio e che hanno sviluppato una organizzazione capace di poter sottoscrivere contratti di licenza di griffe internazionali. In tale logica le nostre "eccellenze" svolgono una funzione di traino per il complesso produttivo e dei servizi e consentono di far accrescere la numerosità dei soggetti economici in grado di intraprendere l'evoluzione richiesta dalla competizione internazionale.

Il settore ha potuto conservare il suo livello di competitività anche grazie alla flessibilità offerta dalle piccole imprese contoterziste, che costituiscono una risorsa su cui puntare, svolgendo opportune azioni di qualificazione produttiva ed, in altri casi, dalla delocalizzazione di produzioni di bassa qualità, in paesi con minori costi del lavoro.

Esiste una dimensione trasversale della moda, intesa come sviluppo del rapporto fra moda e cultura, moda e tecnologia, moda e sport, moda ed enogastronomia. In questo modo il "Piano" è strutturato sull'aggregazione di esperienze, iniziative, attività sviluppate intorno ai temi trasversali della creatività, dello sviluppo locale, della qualità.

Punti di debolezza

Moltissime aziende sono purtroppo orientate più sul prodotto che al mercato rischiando di restare impreparate e "spiazzate" ai cambiamenti delle dinamiche commerciali.

Inoltre, un'altra importante debolezza manifestata dal settore moda pugliese è la scarsa propensione verso il commercio estero: spesso le esportazioni sono considerate un canale aggiuntivo, senza la sufficiente autonomia, per migliorare l'economia esistente.

La maggior parte delle aziende che opera in Puglia è di dimensioni medio-piccole. Tale evidenza ha rappresentato una debolezza del sistema dal punto di vista della capacità di tali aziende di innovare processi produttivi e prodotti e realizzare campionari innovativi. Infatti la ricerca e l'innovazione sono solitamente una prerogativa di aziende di grandi dimensioni. La creazione del Distretto può rappresentare una opportunità per le imprese di piccole e medie dimensioni di sviluppare sinergie e avviare attraverso una azione di sistema un processo di innovazione dell'intera filiera.

Opportunità

Il Distretto raggruppa i comparti del Tessile-abbigliamento, delle Calzature e dei Gioielli e nasce dalla consapevolezza che la Puglia ha le potenzialità per diventare uno dei più rilevanti poli produttivi d'Europa potendo fare affidamento su una lunga tradizione di produzioni di qualità, ma soprattutto su un complesso e diversificato tessuto produttivo e commerciale composto da una diffusa presenza di aziende contoterziste, artigiane e di moderne aziende licenziatarie di griffe internazionali o impegnate nella valorizzazione di propri marchi.

La Puglia ha inoltre il vantaggio logistico di essere geograficamente posizionata nel centro del Mediterraneo, dotata di infrastrutture che la collegano facilmente al centro dell'Europa, ed una delle più importanti regioni italiane nella produzione di prodotti moda sia per aziende che per numero di dipendenti, contendendosi con la Campania, la leadership del Mezzogiorno. Rispetto alla Campania, la Puglia presenta dei vantaggi logistici che le imprese del distretto.

Per tali presupposti, la Puglia avrebbe l'opportunità di diventare in Europa la piattaforma produttiva e della commercializzazione di griffe internazionali

La competitività del settore moda si basa sulla capacità di realizzare prodotti che si possano differenziare e distinguere da quelli dei concorrenti dei Paesi emergenti che possono praticare prezzi più bassi. In tale contesto risulta evidente la necessità che il distretto pugliese avvii notevoli sforzi sul campo dell'innovazione di prodotto da realizzarsi attraverso campionari innovativi.

Inoltre, la crescente consapevolezza da parte dei consumatori riguardo ai potenziali effetti sulla salute dei prodotti con i quali entra in contatto può rappresentare una possibilità di differenziazione per i produttori comunitari (e tra questi in particolare per le imprese del distretto moda pugliese) attraverso la pubblicizzazione dell'elevato livello di difesa dei consumatori offerto dai loro prodotti.

Minacce

Tra le minacce esterne che il distretto moda si trova a fronteggiare, si registra un significativo aumento delle importazioni e della concorrenza (spesso sleale) sui mercati internazionali da parte dei Paesi di recente industrializzazione. A ciò si deve inoltre aggiungere lo squilibrio del cambio dell'Euro rispetto al Dollaro, nonché un aumento del potere di mercato della distribuzione (attraverso canali quali outlet, piccole catene, grandi distributori).

Infine, un'ulteriore minaccia derivante dalla globalizzazione dei mercati è costituita dalla contraffazione dei marchi di fabbrica. Nonostante la protezione offerta in questo campo dalla Commissione, i marchi vengono sistematicamente contraffatti danneggiando i legittimi proprietari che spesso non dispongono di sufficienti risorse finanziarie per potersi tutelare nelle opportune sedi legali.

1.5 Gli obiettivi generali e specifici di sviluppo del distretto

Come detto in precedenza, il distretto ha l'obiettivo di valorizzare e sfruttare la straordinaria fortuna della Puglia di avere tutti i numeri e le capacità per diventare la punta di diamante europea dell'industria della moda perché può contare su un consolidato orientamento ad una produzione di qualità, costituito sia da un notevole numero di piccole imprese e artigiani con una tradizionale competenza e un consistente patrimonio di know-how, sia un discreto numero di imprese di maggior dimensioni (si pensi ad alcune localizzate nel Salento, nella Valle d'Itria e nella nuova provincia Barletta-Andria-Trani) che hanno le capacità per valorizzare il nostro territorio in tutto il mondo con lo sviluppo dei propri marchi e sviluppando competenze ad alto valore aggiunto attraverso contratti di licenza con griffe internazionali. A questa capacità produttiva e progettuale si aggiunge un sistema accademico e di ricerca con immense potenzialità che potrebbe fornire il giusto supporto ed impulso per innovare il settore sotto l'aspetto progettuale ed organizzativo.

Non solo. La Puglia è l'ultimo baluardo della "produzione" di abbigliamento fashion di qualità in Europa in quanto il Nord Italia ha ormai in gran parte delocalizzato rivolgendosi spesso a noi pugliesi per la realizzazione delle produzioni di qualità, e i Paesi del Nord Europa, compresa la Francia, hanno da tempo abbandonato questo tipo di attività manifatturiera. Spagna, Portogallo e Grecia non hanno una tradizione ed una capacità qualitativa così diffusa come la nostra e i Paesi dell'Est non possono contare su tradizione ed aziende locali che possano fare da traino del territorio.

Il Programma di sviluppo del distretto della Moda, per raggiungere tale scopo, ha individuato i seguenti macro-obiettivi comuni alle imprese che necessitano di operare in modo sinergico e di sviluppare azioni di sistema:

- Supporto alla crescita del sistema di aziende del distretto;
- Rafforzamento delle imprese;
- Consolidamento del contesto territoriale;
- L'integrazione nel contesto globale.

La suddivisione in macro-obiettivi ha solo lo scopo di rendere intuitivo l'articolazione delle azioni necessarie allo sviluppo del settore, ma in realtà saranno realizzate dai progetti in modo integrato.

Nelle quattro sezioni seguenti, ciascun macro-obiettivo è declinato in obiettivi specifici.

1.5.1 Supporto alla crescita del sistema di aziende del distretto

La principale criticità del sistema produttivo pugliese è costituito dall'incapacità di realizzare una sinergia operativa tra tutti i soggetti presenti a vario titolo nei diversi comparti produttivi. Per tale ragione si vogliono quindi attivare tutte le azioni volte a realizzare concrete ed effettive relazioni nel settore della moda coinvolgendo gli attori che a diverso titolo, in forma diretta ed indiretta, tramite vere e proprie azioni di sistema, possano contribuire a rinsaldare legami operativi funzionali ad una crescita collettiva del settore.

Tabella 1-2: Obiettivi specifici di supporto alla crescita del sistema di aziende del distretto

Obiettivo specifico	Descrizione
Sostegno alla creatività	Le aziende pugliesi lamentano una carenza nel settore creativo; lacuna che deve essere colmata per il recupero di competitività delle imprese.
Sviluppo di processi di tracciabilità dei prodotti	Sviluppo di processi che mirino alla codifica di un sistema di tracciabilità dei prodotti Moda regionali che consenta: il riconoscimento della provenienza italiana del prodotto moda e il riconoscimento dell'originalità del prodotto stesso, al fine di proteggerlo dalla contraffazione.
Sostenibilità ambientale ed etica	Favorire lo sviluppo etico ed eco-sostenibile del Distretto attraverso la realizzazione di politiche di marchio volte a indicare prodotti con certificazione etica ed ambientale secondo gli standard internazionali (SA8000, Ecolabel, Certificazione Biologica) da contrapporre ai prodotti importati dalla Cina e dal Far East
Innovazione di prodotto	Il settore denota una scarsa capacità ad investire in innovazione per il tramite del mondo della ricerca o delle università; al contrario è certamente più diffusa l'innovazione incrementale, attraverso cui si tende a recepire idee e input dall'offerta già disponibile, personalizzando le soluzioni più che ad inventarle ex novo. L'esigenza primaria dell'industria della moda pugliese è dunque il riconoscimento di questa capacità creativa come capacità innovativa, intensificando il sostegno ai campionari innovativi, ossia a progetti pluriennali di ricerca per la realizzazione di prodotti nuovi (o per nuovi mercati).
Valorizzazione della proprietà intellettuale	La proprietà intellettuale svolge un fattore primario per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, in quanto la crescita delle stesse è strettamente legata alla capacità di identificare, proteggere ed aumentare il valore commerciale del proprio capitale immateriale
Sviluppo dei rapporti con i centri di ricerca, l'università e la scuola	Qualificazione della forza lavoro in modo che risponda alle esigenze del nuovo profilo del settore, sviluppo delle competenze manageriali all'interno delle aziende e conservazione di competenze artigianali caratterizzanti i prodotti Made in Italy.
Crescita delle competenze delle persone	Oltre che a rispondere ai bisogni delle imprese, la formazione prevista risponde anche al bisogno di qualificazione e specializzazione della forza lavoro locale.

1.5.2 Rafforzamento delle imprese

Il rafforzamento delle imprese del settore moda passa attraverso il sostegno alle loro attività industriali a maggior valore aggiunto. In particolare, il sistema produttivo locale barese potrà rafforzarsi se si riuscirà a favorire la capacità delle aziende di:

- realizzare prodotti nuovi che rispondano ai gusti in continua evoluzione dei consumatori,
- creare un' identità aziendale e di prodotto, al fine di indurre il consumatore a sceglierlo,
- commercializzare adeguatamente il prodotto

Questo Programma di sviluppo del settore individua dunque azioni su attività chiave specifici del settore moda pugliese quali l'innovazione di prodotto che comprende l'ideazione e la progettazione, l'internazionalizzazione, l'innovazione organizzativa (distribuzione), la formazione delle risorse umane, nonché la realizzazione di reti d'impresa e di territori.

Tabella 1-3: Obiettivi specifici per il rafforzamento delle imprese

Obiettivo specifico	Descrizione
Benchmarking aziendale	Implementazione di approcci sistematici e continui di misurazione dei prodotti/servizi/processi, realizzati mediante un confronto con le aziende riconosciute come leader delle diverse specializzazioni del sistema Moda, per individuare, analizzare ed eliminare i punti deboli con l'obiettivo del miglioramento continuo.
Sviluppo della rete commerciale e distribuzione	Favorire e potenziare l'accesso al mercato delle aziende moda innovando il sistema delle distribuzioni commerciali attraverso il sostegno di investimenti nel campo della creazione e del potenziamento di reti commerciali in affiliazione o in franchising, ovvero alla realizzazione di una rete di corner all'interno di punti vendita autonomi e di temporary shop.
Sviluppo dei rapporti con il sistema finanziario	Sviluppo di partnership tra il Distretto, istituti bancari a forte vocazione in favore del sistema delle PMI e di consorzi fidi che, proprio per il loro ruolo mutualistico nella prestazione di garanzie collettive, possono realmente concorrere allo sviluppo economico dell'intero comparto.
Sviluppo delle esportazioni e rafforzamento dei tradizionali mercati di sbocco	Favorire la crescita sia dal punto di vista quantitativo, ancora inadeguata rispetto al potenziale industriale della regione, sia soprattutto per quanto concerne il riposizionamento qualitativo dell'export regionale a vantaggio di produzione di fascia medio-alta ed a maggiore intensità di conoscenza e di innovazione
Sviluppo della logistica e delle reti distributive	Accrescimento della potenzialità del sistema “industria – distribuzione”.

1.5.3 Il consolidamento del contesto territoriale

L'impresa costituisce un nodo all'interno di relazioni complesse (di natura economica ma anche culturale), che la pongono in azioni di continua interconnessione e negoziazione con altri soggetti, a loro volta produttivi (fornitori, clienti, erogatori di servizi) o socio-culturali: costruttori del consenso e della diffusione di idee, ma anche di significati e di conoscenze. Il macro – obiettivo implica l'attivazione di iniziative tese alla integrazione impresa-fornitori, impresa-consumatori, impresa-distribuzione, impresa-società, impresa-cultura. Gli obiettivi, più in particolare, sono:

- incentivare la diffusione di quei modelli di filiera in cui la progettualità condivisa spinga all'aggregazione tra aziende specializzate in step produttivi e gestionali diversi ed integrati su ipotesi progettuali condivise;
- adottare tale modello operativo in una rete di imprese mirata alla realizzazione di prodotti differenti dal contesto settoriale tradizionale: mediante il trasferimento di modelli di apprendimento da un comparto industriale all'altro si genera un condizionamento positivo con l'individuazione di sbocchi di mercato inusuali.

L'internazionalizzazione, inoltre, deve rappresentare la dimensione trasversale della struttura produttiva e del territorio, il fulcro intorno al quale modellare il futuro del territorio, allontanando la tentazione di considerarla come un mezzo aggiuntivo, come un canale in più per migliorare l'economia esistente. La strategia di proiezione internazionale del distretto, inteso come una entità unica che si promuove all'estero, mira a costituire accordi e piattaforme di cooperazione soprattutto in area europea mediterranea sul versante produttivo, commerciale e dell'innovazione.

Tabella 1-4: Obiettivi specifici per il consolidamento del contesto territoriale

Obiettivo specifico	Descrizione
Intreccio di filiere produttive	Interventi di integrazione (produttiva, tecnologica, di marketing, di business, di informazione) con altri distretti esistenti a livello nazionale ed europeo.
Marketing e politiche di marchio	Potenziamento delle attività relative al marketing operativo, cioè l'analisi di mercato e della concorrenza. Definizione di strategie volte allo sviluppo di marchio, firme e brand.
Infrastruttura tecnologica aziendale	L'obiettivo è di fronteggiare le sfide del mercato globale ove è richiesto alle imprese di far parte di un network in cui sia raggiunta la massima efficienza nei processi di informazione, comunicazione e diffusione della conoscenza scientifica e tecnologica, come pure di rafforzare il collegamento fra i comparti di produzione e vendita.
Sviluppo dei rapporti con il terziario produttivo	Si intende favorire l'incremento del contenuto di servizio dei prodotti : ciò significa innanzitutto riuscire ad entrare in contatto e dare spazio a persone che – nei luoghi del sapere e della conoscenza, delle università e dei centri di ricerca - sono portatrici di creatività nelle idee, nei comportamenti, nei progetti che elaborano.
Dialogo fra le parti sociali	Promozione di investimenti immateriali (formazione e ricerca) e di migliori condizioni di contesto per favorire gli investimenti (in particolare credito, efficienza della Pubblica Amministrazione); promozione e consolidamento dell'imprenditorialità, attraverso il necessario riordino degli incentivi, che realizzi un quadro di convenienze di natura permanente, finalizzato all'attrazione degli investimenti ed alla riconversione professionale.

1.5.4 L'integrazione nel contesto globale

L'internazionalizzazione deve rappresentare la dimensione trasversale della struttura produttiva e del territorio, il fulcro intorno al quale modellare il futuro del territorio, allontanando la tentazione di considerarla come un mezzo aggiuntivo, come un canale in più per migliorare l'economia esistente. La strategia di proiezione internazionale del distretto, inteso come una entità unica che si promuove all'estero, mira a costituire accordi e piattaforme di cooperazione soprattutto in area europea Mediterranea sul versante produttivo, commerciale e dell'innovazione.

Tabella 1-5: Obiettivi specifici per l'integrazione del contesto globale

Obiettivo specifico	Descrizione
Sviluppo delle esportazioni e rafforzamento dei tradizionali mercati di sbocco	Favorire la crescita sia dal punto di vista quantitativo, portandola a livello del potenziale industriale della regione, sia soprattutto per quanto concerne il posizionamento qualitativo dell'export regionale a vantaggio di produzioni di fascia medio alta e a maggiori intensità di conoscenza e di innovazione.
Sviluppo della logistica e della rete distributiva	Acrescimento della potenzialità del sistema “Industria-distribuzione”

1.6 Le azioni e i connessi progetti da realizzare

Il Programma di Sviluppo del distretto Moda pugliese prevede azioni specifiche a cui seguono progetti da implementare per il raggiungimento dei Macro – obiettivi individuati. In particolare si possono individuare le seguenti azioni di sistema per:

AZIONE 1. Ricerca, tecnologia e design per l'innovazione. Il "Distretto Produttivo della Filiera della Moda Puglia" deve avvalersi di nuove tecnologie, risorse e competenze che possano stimolare la creatività, al fine di preservare ed accrescere i livelli di competitività delle imprese. E' dunque indispensabile rafforzare ed incrementare il livello e la capacità di cooperazione esistente fra il mondo della ricerca ed il sistema produttivo, attraverso un'azione sistemica ed integrata che contempli un nuovo modello di collaborazione che si avvalga di:

-progetti di ricerca cooperativa;

-attività di trasferimento tecnologico alle imprese degli esiti della ricerca.

I progetti di ricerca cooperativa permettono alle PMI del distretto di svolgere attività di ricerca in collaborazione con Organismi di ricerca. Il meccanismo di ricerca cooperativa è ideato per supportare le imprese di varie dimensioni (ma soprattutto le piccole) con ridotte capacità di ricerca scientifica e tecnologica "in house", nella creazione di nuovi prodotti o servizi, nella risoluzione di specifici problemi tecnologici e nel miglioramento di processi tecnici.

L'obiettivo della presente azione è dunque promuovere questo modello di collaborazione fra pubblico e privato, ricerca e produzione, valorizzando le risorse e le competenze che già sono presenti sul territorio e che sono fra loro complementari per realizzare progetti strategici per lo sviluppo e l'innovazione delle imprese del distretto e che si focalizzeranno sulle seguenti finalità:

- mettere a disposizione del settore della Moda un ventaglio di interventi finalizzati ad agevolare la realizzazione di campionari innovativi;
- realizzare un Centro di ricerca, tecnologia e design per l'innovazione dei dispositivi di protezione individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro;
- sperimentare all'interno del distretto della moda nuove tecnologie di tracciamento, basate sulla sull'identificazione a radiofrequenze (tecnologia RFID);
- sviluppare tecnologie per la funzionalizzazione di filati e/o tessuti sia naturali che artificiali, per migliorare le proprietà estetico-funzionali;
- mettere a punto un sistema integrato per la valutazione di prototipi virtuali, attraverso l'ausilio di tecnologie basate su rilevazioni di caratteristiche biometriche e di visualizzazione avanzata ed un sistema di codesign per il fast fashion;
- realizzare un archivio storico digitale della moda;
- favorire lo sviluppo etico ed eco-sostenibile del Distretto attraverso percorsi di certificazione (ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 e SA 8000) delle PMI del distretto ed il conseguimento dell'attestato EMAS, da parte del soggetto promotore del Distretto.

AZIONE 2 - Accrescere le competenze degli operatori. L'obiettivo consiste nel coordinare l'attivazione di politiche di marchi, con una qualificata azione nei confronti delle risorse umane. In particolare, le imprese volte a perseguire la strada del fashion intendono:

- realizzare prodotti sempre nuovi che rispondano ai gusti, in continua evoluzione, dei consumatori, e di conseguenza hanno la necessità di figure professionali che siano in grado di "creare" campionari innovativi partendo dalla conoscenza dei gusti dei consumatori;
- modellare l'idea creativa per renderla "vestibile/calzabile" secondo i canoni estetici di quel determinato periodo storico, di quel segmento di mercato e delle caratteristiche dell'azienda.
- "industrializzare" il prodotto con il ricorso a tecnici che sappiano utilizzare i nuovi sistemi informatici per il disegno in 2/3D (CAD);

Le azioni di formazione comprenderanno attività specifiche di formazione professionale e di alta formazione per lo sviluppo dei seguenti comparti aziendali:

- Progettazione e creatività (es. stilisti, tecnici CAD, modellisti);
- Produzione (es. esperti in "Tempi e Metodi", esperti di controllo di gestione, ecc.);
- Ambiente, sicurezza ed etica;
- Marketing e commercializzazione (es. export manager, esperti di gestione di punti vendita, esperti in Public Relations, esperti di business con specializzazioni linguistiche, ecc.);
- Creazione di nuove competenze per l'individuazione di materiali innovativi;
- Coordinamento di reti d'impresa e supply chain management.

Oltre che a rispondere ai bisogni delle imprese, la formazione prevista risponde anche al bisogno di qualificazione e specializzazione della forza lavoro locale, e dei giovani in primis, che sovente non vedono le proprie competenze scolastiche o universitarie immediatamente spendibili sul mercato del lavoro. In tal modo il distretto regionale della moda diviene anche bacino reale di occupazione.

In questa specifica direzione si intende sperimentare un percorso formativo di profonda integrazione tra operatività pratica e competenze teoriche da svilupparsi all'interno di un'unità produttiva che dedicherà alla formazione un percorso parallelo e separato alle proprie attività produttive: una vera e propria "impresa formativa" per il settore delle produzioni di capi di alta gamma.

AZIONE 3 - Internazionalizzazione. L'obiettivo principale è che l'internazionalizzazione debba rappresentare la dimensione trasversale della nostra struttura produttiva e del nostro territorio, il fulcro intorno al quale modellare il futuro della nostro territorio, allontanando la tentazione di considerarla come un mezzo aggiuntivo, come un canale in più per migliorare l'economia esistente. Il distretto regionale della moda prevede azioni di sviluppo in termini di internazionalizzazione di distretto ed attivazione di processi di internazionalizzazione delle imprese che lo compongono.

La strategia di proiezione internazionale del distretto, inteso come una entità unica che si promuove all'estero, mira a costituire accordi e piattaforme di cooperazione soprattutto in area europea mediterranea, sul versante produttivo, commerciale e dell'innovazione. In relazione all'internazionalizzazione delle imprese e delle filiere produttive il distretto attiva azioni specifiche finalizzate a:

- Individuare mercati e Paesi obiettivo, attraverso attività di analisi e studi dedicati, che vanno poi condivisi e diffusi in ambito distrettuale;

- Realizzare azioni informative a favore delle imprese, propedeutiche al percorso di internazionalizzazione vero e proprio, e finalizzate a preparare le imprese al complesso e difficile percorso che le attende;
- Realizzare azioni di diagnosi del potenziale di internazionalizzazione aziendale e consulenza specialistica rispetto all'area legale, all'area marketing aziendale, area logistica, area finanza e finanziamenti;
- Realizzare azioni specifiche di internazionalizzazione, quali:
 - La creazione di show room collettive in Paesi esteri;
 - La partecipazione ad eventi fieristici internazionali;
 - La realizzazione di incontri BtoB, follow up ed assistenza tecnica alla vendita;
 - La costruzione e diffusione di database di acquirenti/buyers.
- Incoming di operatori esteri
- Scouting commerciali.

Azione 4 – Promozione del distretto. L'obiettivo competitività, così come quello di apertura internazionale, è perseguito anche attraverso interventi di integrazione (produttiva, tecnologica, di marketing, di business, di informazione) con altri distretti esistenti a livello nazionale ed europeo.

L'integrazione ovviamente avviene attraverso azioni complementari e sinergiche tra loro, che vanno dalla semplice apertura di tavoli di confronto interindustriali, all'utilizzo di strumenti e canali tecnologici per lo scambio di informazioni di buone prassi, all'attivazione di azioni congiunte di marketing territoriale, sino allo sviluppo di processi completi di cooperazione economica (marketing interdistrettuale tra imprese, azioni specifiche di B2B interdistrettuali, azioni di follow up).

È necessario partire da vere e proprie azioni di Benchmarking tra i vari distretti: azioni sviluppabili nell'ambito della cornice di programmi di cooperazione europea che costituiscano la base di conoscenza e di confronto su cui innestare collaborazioni efficaci e dal reale ritorno per le imprese del distretto produttivo regionale della Moda.

In quest'ambito si ritiene necessario attivare un Osservatorio Territoriale della moda che dia conto delle evoluzioni che si realizzeranno all'interno delle singole aziende in modo da facilitarne le evoluzioni e le possibili interazioni con altre imprese del nostro e di altri distretti della moda.

In considerazione delle azioni individuate sono stati individuati i seguenti progetti da realizzare nel primo triennio di attività del distretto:

AZIONE 1. Ricerca, tecnologia e design per l'innovazione

1. Campionari Innovativi
2. Centro di ricerca, tecnologia e design per l'innovazione dei Dispositivi di protezione individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro
3. MOTRACK – Tecnologie ICT per la tracciabilità di prodotto nel settore MODA
4. TESSINN – Sviluppo di tessuti funzionali Innovativi
5. "COVIPRO - Sistemi di COdesign e Virtualizzazione PROdotti", progetto derivante dall'accorpamento delle seguenti proposte:

-Scheda progetto "COFA – Sistema di codesign per il fast fashion nella filiera Moda Puglia

-Schede di progetto "MOD@ - Metodologie e modelli avanzati Orientati alla validazione dei prodotti e processi in modalità Dinamica nel settore della mod@"

6. "La gestione sostenibile del Distretto e delle sue PMI - Attestato EMAS per il Distretto e percorsi di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 per le sue PMI", progetto derivante dall'accorpamento delle seguenti proposte:

-Scheda progetto "La gestione sostenibile attraverso il conseguimento dell'attestato EMAS da parte del Soggetto Promotore del Distretto"

-Scheda progetto "Cluster Social responsibility – percorso di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 e SA 8000 delle PMI del distretto"

AZIONE 2 - Accrescere le competenze degli operatori

7. Due passi avanti per il Made in Italy
8. Master di alta specializzazione in strumenti avanzati virtuali per il Design della Moda
9. Impresa formativa

AZIONE 3 - Internazionalizzazione

10. Progetto di internazionalizzazione
11. Boutique Puglia
12. Insieme per crescere

Azione 4 – Promozione del distretto

13. Supporto alla crescita del sistema delle imprese del distretto. Progetto derivante dall'accorpamento delle seguenti proposte:

-Scheda progetto "Intreccio di filiere

-Scheda progetto "Os.Mo. – Sviluppo dell'osservatorio del territorio"

-Scheda progetto "Se non ti fai conoscere non vendi"

Allegati:

Allegato A - Elenco dettagliato dei sottoscrittori e dei cofinanziatori

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	16
Università degli studi di Bari – Corrado Petrocelli	Ricerca e formazione	Piazza Umberto I, 1 - Bari	Piazza Umberto I, 1 - Bari	
Confartigianato Puglia – URAP – Francesco Sgherza	Associazione datoriale	Via Putignani, 12/A - Bari	Via Putignani, 12/A - Bari	3
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
PRIAMO srl – Achille Rosa Anna	Abbigliamento uomo donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
FIDINDUSTRIA – Nitti Vito Paolo	Assistenza nell'accesso al credito	Via Amendola, 172/5 - Bari	Via Amendola, 172/5 - Bari	3
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
I.CO.MAN. 2000 srl – Michele Fumarola	Produzione abbigliamento uomo	Via Mottola km. 2.200 – Martina Franca	Via Mottola km. 2.200 – Martina Franca	53
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS –	Produzione di abbigliamento neonato -	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di Distretto"

Cosima Granieri	bambino			
Caradonna Felice	Creazione gioielli	Via Putignani, 76 - Bari	Via Putignani, 76 - Bari	5
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
CARBOTTI srl – Giovanni Carbotti	Produzione vendita borse da donna	Via P. del Tocco, 3 – Martina Franca	Via P. del Tocco, 3 – Martina Franca	7
T & T TARDIA TEXTILE PROJECT srl – Igino Tardia	Produzione e commercializzazione di capi di abbigliamento esterno	Via Chiancaro n.c. – Martina Franca - TA	Via Chiancaro n.c. – Martina Franca - TA	30
R.G.M. srl Raguso Manufaguring Group – Leonardo Raguso	Abbigliamento maschile classico	Via Mottola km. 2,200	Via Mottola km. 2,200	18
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15
FAPEL snc – Nardiello Antonio	Confezioni di capi di abbigliamento uomo/donna in pelle	Viale Martiri di Via Fani, 9 – Minervino Murge	Viale Martiri di Via Fani, 9 – Minervino Murge	11

S.T. SBIECO TESSIL srl – Carlo Ancona	Produzione e vendita di prefabbricate	Via Mottola km. 2,200 Z.I. – Martina Franca	Via Mottola km. 2,200 Z.I. – Martina Franca	5
GRUPPO TESSILE FILO – MAGLIA srl – Giovanni Cappiello	Produzione di maglieria per c/t	Via Gravina, 177	Via Gravina, 177	16
G.S.T. srl – Sergio Toma	Produzione Total Look uomo	Via XI febbraio, 37/B – Sava - TA	Via XI febbraio, 37/B – Sava - TA	16
IDEA SPOSA srl	Commercio al dettaglio di abiti da sposa	Viale della Resistenza, 1 – San Vito dei Normanni	Largo San Antonio, 2 - San Vito dei Normanni	10
I.T.N. SpA – Domenico Nardelli	Abbigliamento uomo total look	Via Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Via Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	201
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
FININDUSTRIA srl – Luigi Sportelli	Azioni di sostegno alle imprese	Via Dario Lupo, 65 -		0
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I.	80

			Martina Franca - TA	
TRE P ABBIGLIAMENTO srl – Luisanna Petrelli	Produzione e vendita abbigliamento uomo	Via Massafra, 32/Q – Martina Franca - TA	Via Massafra, 32/Q – Martina Franca - TA	3
VANPLAST srl – Alfredo Vania	Produzione di tacchi, zeppe e fondi per calzature	Via Barletta, 261 - Trani	Via Barletta, 261 - Trani	23
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
LIM srl – Domenico Maselli	Produzione fornitura gestione di biancheria in genere	Zona Industriale lotto 52 – Acquaviva delle Fonti - BA	Zona Industriale lotto 52 – Acquaviva delle Fonti - BA	32
P.R.I.A.M.O. srl – Rosa Anna Achille	Abbigliamento uomo – donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
ETTORE NEGRO sas – Ettore Negro	Produzione berretti cappelli	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	15
BARBETTA srl – Carmine Luciano Barbetta	Fornitura di servizi alle aziende della moda	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	49
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
Consorzio Terziario Avanzato Taranto - Luigi Sportelli	Realizzazione di software	Via Dario Lupo, 65 - Taranto	Via Dario Lupo, 65 - Taranto	2
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1

ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
TECNOMETAL srl – Carlo Cantanna	Produzione supporti appendiabito	Via della Sanità, 42 – Martina Franca - TA	C.da Sisto – Cisternino - BR	4
BASE PROTECTION srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Bruxelles, 7 - Barletta	Via Bruxelles, 7 - Barletta	18
OVER TEAK srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 143 - Barletta	Via dell'Unione Europea, 28 - Barletta	81
Giuseppe Damato srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 70 - Barletta	Via Trani, 70 - Barletta	13
LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
Giuseppe Damato srl	Produzione calzature	Via Trani, 70/C - Barletta	Via Trani, 70/C - Barletta	13
ERRETIEFFE di Ricco Teresa	Produzione abbigliamento neonati	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	9
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Nocese Manifatture srl – Antonio Maiellaro	Abbigliamento maschile	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	40
TAILOR srl – Ottavio Nuccio	Confezioni ed accessori abiti cerimonia	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	29
DECOTEX srl – Paolo	Abbigliamento bambini	Via M.	Via M. Mummolo, Z.I. -	8

Lucio Detomaso		Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	PUTIGNANO	
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing comunicazione e	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LE COSTANTINE – Maria Cristina Rizzo	Tessitura artigiana	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	6
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

**PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA ”**

SCHEDA DI PROGETTO

CAMPIONARI INNOVATIVI

1. Titolo dell'intervento

Campionari innovativi

2. Tipologia dell'intervento

- ☒ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale
- ☒ Innovazione
- ☒ Formazione
- ☐ Internazionalizzazione e promozione

3. Descrizione generale dell'intervento

3.1 Abstract dell'intervento

Il settore Moda si poggia su pochi ma fondamentali pilastri: uno di questi, che ne determina il successo o il fallimento, è la capacità di realizzare nuovi prodotti e di conquistare nuovi mercati.

Abbandonata definitivamente la possibilità di poter competere sul fattore prezzo, gioia e dolore di molte imprese pugliesi degli anni '70, '80 e '90, l'unica alternativa realistica di sopravvivenza del settore è nello sviluppo di nuovi prodotti e di nuovi mercati.

In particolare, vista la caratteristica della nostra industria, fatta in prevalenza di piccole e medie imprese con un forte tradizione fashion, lo sviluppo di nuovi prodotti o di nuovi mercati sarà l'arma vincete delle nostre imprese e, grazie ai concetti definiti dal Ministero dello Sviluppo Economico con la circolare n. 0046586 del 16/04/2009, è ora chiaramente agevolabile.

Il Ministero, infatti, in occasione dell'applicazione del credito d'imposta per la ricerca e lo sviluppo precompetitivo, ha definito precisamente i criteri e definitivamente posto fine ai dubbi sulle attività che rientrano nella fattispecie di ricerca e sviluppo per le aziende Moda. Tale circolare, al di là dell'obiettivo contingente del credito d'imposta, applica sotto l'aspetto giuridico ciò che in dottrina veniva sempre ribadito: le attività a maggior valore aggiunto realizzate dalle aziende moda sugli aspetti estetici e collegati ad aspetti tecnici di modellistica, per la realizzazione di nuovi prodotti o sensibilmente migliorati, si configura come sviluppo sperimentale. Sia ben inteso che da questi restano fuori le modifiche superficiali e routinarie.

Questo chiarimento è particolarmente importante per le aziende della pugliesi in quanto operano prevalentemente nel fashion.

In particolare, il Ministero, dopo aver esaminato e riportato la disciplina comunitaria precisa che *"nel campo del settore tessile e dell'abbigliamento (esteso con successiva precisazione ministeriale a tutto il settore della moda) il concetto di **ricerca industriale** si traduce nell'introduzione di prodotti tessile e di abbigliamento dalle caratteristiche tecniche nuove o notevolmente migliorate per la scienza (originalità assoluta o notevole miglioramento) e nuove o notevolmente migliorate per il mercato (originale o notevolmente migliorata combinazione di prodotti tessili nuovi)"*.

Mentre, nel più articolato concetto di **sviluppo sperimentale**, il Ministero ha anche predisposto una "tabella che indica in maniera chiara le attività in esso ricomprese":

sviluppo sperimentale	• acquisizione • combinazione • strutturazione • utilizzo delle conoscenze e capacità esistenti di natura • scientifica • tecnologica • commerciale • e altro	allo scopo di produrre	• piani • progetti • disegni	per • prodotti • processi • servizi	• nuovi • modificati • o migliorati;
------------------------------	--	------------------------	--	---	--

sviluppo sperimentale	Può trattarsi anche di altre attività destinate	• alla definizione concettuale • alla pianificazione • alla documentazione		concernenti • prodotti • processi • servizi	nuovi
	Tali attività possono comprendere l'elaborazione	• di progetti • disegni • piani • e altra documentazione	purché non siano destinati a uso commerciale		

sviluppo sperimentale	la realizzazione • di prototipi utilizzabili per scopi commerciali • di progetti pilota	destinati a esperimenti tecnologici e/o commerciali,	quando il prototipo è necessariamente il prodotto commerciale finale e il suo costo di fabbricazione è troppo elevato per poterlo usare soltanto a fini di dimostrazione e di convalida.	L'eventuale, ulteriore sfruttamento di progetti di dimostrazione o di progetti pilota a scopo commerciale comporta la deduzione dei redditi così generati dai costi ammissibili.
------------------------------	--	--	--	--

Il Ministero pertanto conclude che *"Nel processo di creazione del prodotto tessile moda (ma esteso come in precedenza detto a tutto il sistema Moda), occorre dunque individuare ed evidenziare in via generale ed astratta, nel segmento di attività diretta alla realizzazione del prodotto nuovo o migliorato, al quale collegare l'argomentazione che premia lo sforzo innovativo dell'imprenditore. In altri termini, occorre giungere all'individuazione di un'area*

concettuale e funzionale che individui con nettezza come ricerca industriale e sviluppo produttivo le attività dirette alla creazione di un nuovo prodotto o sensibilmente migliorato e come spese agevolabili di fronte a modifiche di routine o periodiche, per le quali il costo della fase creativa sarebbe, in primo luogo, economicamente ingiustificato. Il processo di realizzazione del campionario e delle collezioni (nel settore moda) secondo le diverse indagini empiriche del settore, riprese in studi teorici, si divide, in linea di massima, nelle cinque fasi:

- a) ricerca ed ideazione estetica;*
- b) realizzazione dei prototipi;*
- c) preparazione del campionario o delle collezioni;*
- d) promozione del campionario;*
- e) gestione del magazzino campioni.*

E' evidente (sottolinea il Ministero) che, sotto il profilo della nozione di ricerca che abbiamo sopra esposto, mentre di c) d) ed e) sono attività che non necessariamente sono collegate ad un processo di realizzazione di prodotto nuovo, modificato o sensibilmente migliorato, le attività di cui alle lettere a) e b) sono dirette esclusivamente a tal fine; inoltre non vi sarebbe ragione economica a sostenere i costi di tali attività se ad esse non fosse collegato l'attesa della realizzazione di un nuovo, modificato o sensibilmente migliorato che risponda ai gusti e alle tendenze del mercato, in termini di qualità estetica e funzionale. In conclusione, si può affermare che le attività astrattamente riconducibili alla nozione di ricerca industriale e allo sviluppo sperimentale sono, nel settore (moda) quelle che precedono la fase realizzativa del campionario o della collezione, e sono collegate alla fase ideativi dello stesso e della realizzazione dei prototipi. "

Parallelamente alla realizzazione di campionari innovativi vi potrebbero essere anche necessità legate all'utilizzo di materiali innovativi o a nuovi processi di lavorazione.

3.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Lo sviluppo dei campionari rispecchia l'obiettivo del programma di sviluppo finalizzato all'innovazione dei prodotti.

3.3 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Vista la complessità dell'argomento e la diversità della tipologia di aziende, il distretto ritiene che debba essere messo a disposizione del settore un ventaglio di interventi finalizzati ad agevolare la realizzazione di campionari innovativi.

In primo luogo il distretto ritiene fondamentale che siano attivate agevolazioni rivolte direttamente imprese, utilizzando i criteri e i concetti definiti dal Ministero per lo Sviluppo con la circolare n. 0046586 del 16/04/2009.

Il sostegno diretto alle imprese per la realizzazione dei campionari innovativi è dovuto alla necessità di riservatezza aziendale da preservare (nel momento in cui più imprese hanno lo stesso campionario perde di attrattività), ma anche la necessità di personalizzare il prodotto in funzione di diverse variabili aziendali e di mercato.

Le aziende meglio strutturate, infatti, sono organizzate in modo da avere stilisti e modellisti interni che curano la realizzazione dei prototipi, avvalendosi però per alcuni aspetti anche ad consulenze esterne.

Questo risponde alla necessità di poter fare affidamento sulla esclusività dello sviluppo di nuovi prodotti e su personale che conosce alla perfezione la tipologia di prodotto realizzata dall'azienda e la sua mission. Gli stilisti, le modelliste ed i tecnici direttamente legati alla progettazione e alla realizzazione dei campionari, quindi, hanno il compito di un continuo aggiornamento, anche formativo, esplorare i trend nelle fiere internazionali e percepire le evoluzioni dei mercati a fine di tradurli in progetti creativi ed esclusivi che rispondano alle nuove esigenze dei consumatori/mercati.

Le aziende di minori dimensioni non hanno stilisti interni in quanto non possono permettersi di sostenere gli alti costi fissi che ciò comporta. Man mano che si riduce la dimensione dell'azienda, si assiste al fenomeno della esternalizzazione anche del modellista.

Per tali motivi, al fine di raggiungere l'obiettivo di far diventare le aziende pugliesi orientate al mercato, diventa indispensabile sostenere i costi finalizzati a progetti aziendali volti alla realizzazione di nuovi prodotti o nuovi mercati, come indicati nella circolare del Ministero per lo Sviluppo n. 0046586 del 16/04/2009.

A questo, si aggiunge un progetto di sistema centrato sulla formazione.

Al riguardo, sarà sottoscritto un accordo strutturale di collaborazione con istituto di formazione di design e creatività di livello internazionale che consentirà a stilisti dipendenti delle aziende pugliesi di poter frequentare corsi di specializzazione e perfezionamento e, dall'altra, accogliere in stage presso aziende pugliesi giovani stilisti dello stesso istituto.

Questo meccanismo assicura un continuo rinnovo di idee per la realizzazione di nuovi prodotti e di orientare un sufficiente numero di nuovi stilisti sulla tipologia di prodotti pugliesi.

Gli argomenti che saranno oggetto della attività formative riguarderanno prevalentemente:

- Alta Sartoria ed arte calzaturiera
- Anatomia artistica
- Campionario tecnico e disegno degli accessori
- Collezione
- Disegno dei tessuti e dei pellami
- Disegno di moda e figurino
- Disegno delle proporzioni delle forme e delle diverse tipologie di calzature.
- Figurino e digitale
- Merceologia
- Modello CAD CAM
- Modellistica
- Sistema Moda
- Storia degli stilisti
- Storia del costume
- Storia del Costume e del gioiello

- Tecniche grafiche

3.4 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

L'obiettivo del progetto è quindi di rendere strutturale l'innovazione dei prodotti moda realizzando in Puglia un circolo virtuoso culturale, tecnico, estetico e commerciale.

La diffusione della realizzazione di campionari innovativi crea la possibilità di poter accedere a nuovi mercati e, per determinate aziende, dà l'opportunità di riqualificarsi abbandonando mercati poco remunerativi, in quanto troppo affollati o presidiati da competitor da altri Paesi possono avvalersi del fattore prezzo.

L'obiettivo è agevolare l'aziende ad approdare su nuovi mercati, di maggior livello qualitativo e a maggior valore aggiunto, dove giocano i fattori Made in Italy, marchio e qualità.

Per quanto riguarda i risultati attesi bisogna distinguere le attività rivolte alla realizzazione di campionari innovativi e quelli specifici della formazione, anche il progetto è impostato per far convergere le due azioni.

Campionari innovativi:

Saranno coinvolte 50 aziende per la realizzazione 100 campionari innovativi, per complessivi 2.000 articoli.

Formazione

Corsi di perfezionamento per 15 stilisti di aziende pugliesi

N. 30 di stilisti in Puglia.

N. 100 progetti di campionari innovativi.

4. Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

Riportiamo la tipologia dei costi ammessi dalla circolare del Ministero per lo Sviluppo n. 0046586 del 16/04/2009:

Sono quindi agevolabili i costi sostenuti per svolgere le attività dirette alla realizzazione del contenuto innovativo di un campionario o delle collezioni e per la realizzazione dei prototipi.

In via orientativa, ma non esaustiva, si indicano le risorse impiegate:

a) lavoro del personale interno (stilisti e tecnici) impiegato nella attività di ideazione e realizzazione dei prototipi;

b) prestazioni dei professionisti (stilisti, altri consulenti esterni,...);

c) materie prime e materiali di consumo connessi alla attività di ideazione e realizzazione dei prototipi;

d) lavorazioni esterne connessi alla attività di ideazione e realizzazione dei prototipi;

e) attrezzature tecniche specifiche (computer e software dedicato, macchinari) , nella misura e per il periodo in cui sono utilizzati per l'attività di ideazione e realizzazione dei prototipi;

f) i fabbricati ed i terreni esclusivamente per la realizzazione dei laboratori utilizzati, nella misura e per il periodo in cui sono destinati alle fasi di ideazione e realizzazione dei prototipi.

Sapendo che il Valore Aggiunto delle aziende della Moda della Puglia è di circa 1 miliardo di Euro (Banca d'Italia 2008), e valutando che per dare impulso al settore le aziende dovrebbero sostenere costi per circa il 10%, stimiamo che l'investimento complessivo del settore per i campionari innovativi è di circa 100 milioni annui.

Per quanto riguarda il progetto formativo i costi principali saranno rappresentati da quelli di docenza, dalle borse di studio riconosciute agli stagisti e dai rimborsi spesa per gli spostamenti degli stagisti e dai dipendenti in formazione .

Costo triennale del progetto (Euro)

Descrizione	Formula	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Formazione	I = a+b+c	1.050.000	1.050.000	1.050.000	3.150.000
Costo del personale	a	750.000	750.000	750.000	2.250.000
Macchinari e attrezzature	b	90.000	90.000	90.000	270.000
Spese generali	c	210.000	210.000	210.000	630.000
Campionari innovativi	II = d+e+f+g+h+i	10.000.000	10.000.000	10.000.000	30.000.000
Stilisti interni	d	2.500.000	2.500.000	2.500.000	7.500.000
modellisti e tecnici coinvolti	e	1.500.000	1.500.000	1.500.000	4.500.000

Descrizione	Formula	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
nei campionari innovativi					
materie prime e materiali di consumo	f	700.000	700.000	700.000	2.100.000
stilisti e altri consulenti esterni	g	3.300.000	3.300.000	3.300.000	9.900.000
lavorazioni esterne	i	1.000.000	1.000.000	1.000.000	3.000.000
attrezzature	l	1.000.000	1.000.000	1.000.000	3.000.000
TOTALE	III = I+II	11.050.000	11.050.000	11.050.000	33.150.000

5. Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013[†], POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico*", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc) e descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento e dei ricavi

Le aziende che realizzano i campionari innovativi cofinanziano le attività per il 50%.

Altre fonti di finanziamento sono riportate nella seguente tabella:

Strumento di finanziamento attivabile	Asse di intervento	Obiettivi specifici dell'asse di intervento	Linea di intervento
FSE Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Adattabilità"	- Sviluppare sistemi di formazione continua e l'adattabilità dei lavoratori - Favorire l'innovazione e la produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del lavoro; - Promuovere la competitività e l'imprenditorialità.	
FESR Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Promozione, valorizzazione e diffusione della ricerca e dell'innovazione per la Competitività"	Favorire la diffusione delle attività di ricerca nel sistema delle imprese; Sviluppare contenuti, applicazioni e servizi digitali avanzati.	Linea di intervento 1.1: "Sostegno alle attività di ricerca delle imprese" Linea di intervento 1.2: "Rafforzamento del potenziale scientifico – tecnologico della regione a sostegno della domanda delle imprese"
	Asse VI: "Competitività dei sistemi produttivi e occupazione"	Elevare la competitività dei sistemi produttivi, partendo dall'evoluzione del contesto competitivo e tecnologico e su una maggiore capacità di offerta di risorse qualificate.	Linea di intervento 6.1: "Interventi per la competitività delle imprese"

[†] Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

Strumento di finanziamento attivabile	Asse di intervento	Obiettivi specifici dell'asse di intervento	Linea di intervento
PON Ricerca e Competitività Puglia 2007 - 2013	Asse I: "Sostegno ai mutamenti strutturali"	Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico per la transizione all'economia della conoscenza.	
	Asse II : "Sostegno all'innovazione"	Rafforzamento del contesto innovativo per lo sviluppo della Competitività	
FESR Puglia 2007 – 2013	Asse VI: "Competitività dei sistemi produttivi e occupazione"	Elevare la competitività dei sistemi produttivi, partendo dall'evoluzione del contesto competitivo e tecnologico e su una maggiore capacità di offerta di risorse qualificate.	Linea di intervento 6.1: "Interventi per la competitività delle imprese"
FSE Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Adattabilità"	Sviluppare sistemi di formazione continua e l'adattabilità dei lavoratori; Favorire l'innovazione e la produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del lavoro; Promuovere la competitività e l'imprenditorialità.	

Ripartizione triennale delle entità di risorse pubbliche e private (Euro)

Descrizione	Formula	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Formazione	I = a+b	1.050.000	1.050.000	1.050.000	3.150.000
Fonti private	A	210.000	210.000	210.000	630.000
Fonti pubbliche	B	840.000	840.000	840.000	2.520.000
Campionari innovativi	II = c+d	10.000.000	10.000.000	10.000.000	30.000.000
Fonti private	C	5.000.000	5.000.000	5.000.000	15.000.000
Fonti pubbliche	d	5.000.000	5.000.000	5.000.000	15.000.000
TOTALE	I + II	11.050.000	11.050.000	11.050.000	33.150.000
TOTALE Fonti private		5.210.000	5.210.000	5.210.000	15.630.000
TOTALE Fonti pubbliche		5.840.000	5.840.000	5.840.000	17.520.000

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

1. CAMPIONARI INNOVATIVI,

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	16
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
PRIAMO srl – Achille Rosa Anna	Abbigliamento uomo donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141

DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15
FAPEL snc – Nardiello Antonio	Confezioni di capi di abbigliamento uomo/donna in pelle	Viale Martiri di Via Fani, 9 – Minervino Murge	Viale Martiri di Via Fani, 9 – Minervino Murge	11
GRUPPO TESSILE FILO – MAGLIA srl – Giovanni Capiello	Produzione di maglieria per c/t	Via Gravina, 177	Via Gravina, 177	16
IDEA SPOSA srl	Commercio al dettaglio di abiti da sposa	Viale della Resistenza, 1 – San Vito dei Normanni	Largo San Antonio, 2 - San Vito dei Normanni	10
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I.	80

			Martina Franca - TA	
VANPLAST srl – Alfredo Vania	Produzione di tacchi, zeppe e fondi per calzature	Via Barletta, 261 - Trani	Via Barletta, 261 - Trani	23
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
P.R.I.A.M.O. srl – Rosa Anna Achille	Abbigliamento uomo – donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
BARBETTA srl – Carmine Luciano Barbetta	Fornitura di servizi alle aziende della moda	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	49
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
BASE PROTECTION srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Bruxelles, 7 - Barletta	Via Bruxelles, 7 - Barletta	18
OVER TEAK srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 143 - Barletta	Via dell'Unione Europea, 28 - Barletta	81
LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
ERRETIEFFE di Ricco Teresa	Produzione abbigliamento neonati	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	9
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2

Nocese Manifatture srl – Antonio Maiellaro	Abbigliamento maschile	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	40
TAILOR srl – Ottavio Nuccio	Confezioni ed accessori abiti cerimonia	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	29
DECOTEX srl – Paolo Lucio Detomaso	Abbigliamento bambini	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	8
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LE COSTANTINE – Maria Cristina Rizzo	Tessitura artigiana	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	6
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
"DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA"

SCHEDA DI PROGETTO

**Centro di ricerca, tecnologia e design per
l'innovazione dei Dispositivi di Protezione
Individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro
(DPI e Services Center)**

1. Titolo dell'intervento

Centro di ricerca, tecnologia e design per l'innovazione dei Dispositivi di Protezione Individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro

(DPI e Services Center)

2. Tipologia dell'intervento

- ☒ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale
- ☒ Innovazione
- ☒ Formazione
- ☒ Internazionalizzazione e promozione

3. Dati indicativi del capofila

La forma giuridica adottata dai soggetti interessati sarà valutata non solo dai proponenti/sottoscrittori, ma anche da altri eventuali soggetti che saranno successivamente coinvolti.

4. Localizzazione dell'intervento

Il Centro sarà situato a Barletta, presso il COMPLESSO MONUMENTALE DI ARCHEOLOGIA INDUSTRIALE DELLA EX DISTILLERIA, di proprietà del Comune di Barletta.

La scelta di localizzare a Barletta il Centro per i dispositivi individuali e i servizi per la sicurezza sul lavoro prendere origine dalla leadership a livello nazionale del polo produttivo di Barletta che rappresenta circa il 60 % dell'intera produzione di calzature da lavoro prodotte in Italia e circa il 53% in termini di fatturato, nonché dalla straordinaria capacità dell'industria barlettana di sapersi evolvere per cogliere i cambiamenti e nuove opportunità di mercato.

Percorrendo infatti le principali tappe raggiunte dalle industrie di Barletta dei settori moda, ci accorgiamo che durante il mezzo secolo di storia si sono susseguiti non pochi cambiamenti che hanno completamente rivoluzionato il comparto.

Dalle prime calzature prodotte a livello industriale che avevano la suola "vulcanizzata" si è passati alle calzature sportive, successivamente a quelle trekking, per poi finire alle scarpe casual ed infine alle calzature antinfortunistiche. Contemporaneamente il settore tessile abbigliamento è passato da una monoprodotzione di maglieria di tipo economica ad una significativa diversificazione nella produzione di abbigliamento casual commercializzato con brand locali ormai affermati a livello nazionale.

Per cogliere a pieno l'importanza che si è ritagliata l'industria locale a livello nazionale ed europeo si sottolinea che attualmente, a Barletta vengono prodotte, solo di calzature da lavoro, circa 6,5 milioni paia per un fatturato di circa 120 milioni di Euro. Sempre in queste aziende vi sono 650 dipendenti diretti, ma se consideriamo anche l'indotto, il settore

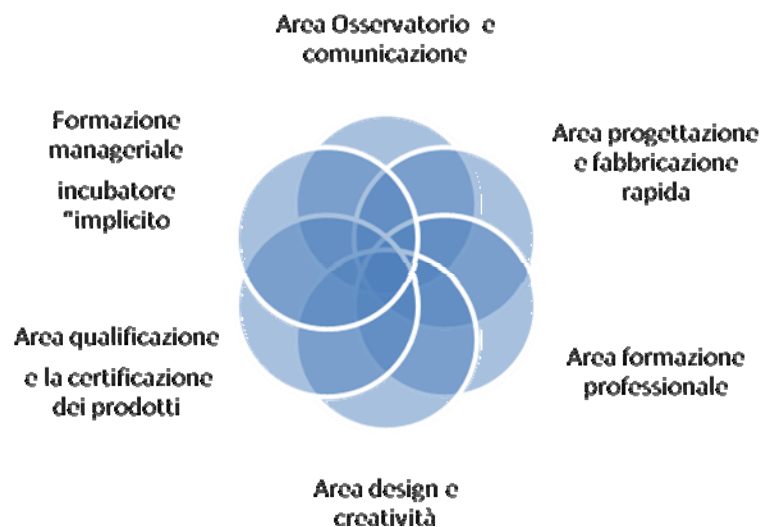
dell'antinfortunistica che fa capo a Barletta conta circa 2.000 dipendenti in Italia ed altrettanti all'estero.

Alcune aziende locali hanno già diversificato su altri dispositivi di protezione individuali ed inoltre intorno a loro si è creato un indotto rappresentato principalmente da fornitori di servizi, stampi, fornitori di puntali metallici, fornitori di materie prime e distributori commerciali.

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regione
- ☒ Interregionale

Il Centro nasce come intervento regionale, ma ha l'obiettivo nel medio e lungo termine di essere il punto di riferimento nazionale per le attività di ricerca e dei servizi alle aziende che producono dispositivi di sicurezza individuali e servizi per la sicurezza sul lavoro.



7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Analisi di contesto, obiettivi e risultati attesi dell'intervento

Il progetto per la realizzazione del Centro per i dispositivi individuali e i servizi per la sicurezza sul lavoro ha l'obiettivo di consolidare e sviluppare un processo spontaneo che si è verificato in Puglia, ed in particolare nella nuova provincia Barletta-Andra-Trani nella produzione di prodotti e servizi per la sicurezza sul lavoro. Il Centro avrà anche il fondamentale obiettivo di consentire la circolazione di know how per attivare nuove imprese e diversificazioni di prodotto.

Il Centro, però, non ha uno scopo di tipo "localistico" in quanto se si ponesse come obiettivo il supporto all'industria del territorio non troverebbe né risorse per il proprio sviluppo di medio lungo termine né lo stimolo per una continua innovazione. Infatti, il Centro mira a diventare il punto di riferimento per la ricerca, tecnologico e del design per lo sviluppo l'industria dei dispositivi individuali e dei servizi di sicurezza sul lavoro a livello nazionale ed europeo.

Per illustrare il processo che ha portato alla formulazione di tale progetto, pertanto, si ritiene fondamentale fissare le caratteristiche di contesto nel quale nasce l'iniziativa e l'evoluzione già percorsa dalle imprese più dinamiche di questo territorio, che sono tra l'altro, le promotrici del progetto.

Il Centro svolgerà attività di ricerca, trasferimento tecnologico e servizi prevalentemente nel campo dei dispositivi individuali e servizi per la sicurezza sul lavoro favorendo il rafforzamento delle imprese che operano già in questo campo, ma soprattutto creerà le condizioni per una diversificazione ed una innovazione di prodotto delle aziende della sicurezza e della moda che vorranno passare a nuove tipologie di prodotto.

Il Centro svolgerà una serie di attività, individuate per motivi organizzativi in "Aree" funzionali, che saranno tra di loro interconnesse in quanto si influenzano ed si alimentano a vicenda:

Le aree di attività che saranno attivate nel Centro riguardano:

1. Area Osservatorio e comunicazione
2. Area Design e Creatività
3. Area progettazione e fabbricazione rapida
4. Area formazione professionale
5. Area qualificazione e la certificazione dei prodotti
6. Formazione manageriale e incubatore "implicito"

Le varie aree di lavoro non saranno separate, ma il valore aggiunto del Centro è quello di mettere a sistema e far dialogare competenze di altissimo livello in esse coinvolte che potranno quindi avvalersi di know how multidisciplinari e specializzati nel campo della sicurezza sul lavoro.

Il *plus* del Centro non sarà solo quello di avere tecnologia e saperla utilizzare, ma di dedicarsi in modo specialistico e di attivare progetti di ricerca e di trasferimento tecnologico in un campo, quello della sicurezza del lavoro, che avrà sempre più spazi commerciali ed applicativi.

Le singole attività del Centro, pertanto, saranno analizzate separatamente per una chiarezza comunicativa, ma che nei fatti sarà superata nella realtà lavorativa in quanto ciascun esperto potrà avvalersi di competenze di colleghi e consulenti presenti nello stesso Centro.

Il Centro consentirà infine di avviare un rapporto continuo di consultazione tra le imprese produttrici di dispositivi di protezione, di servizi di sicurezza, prese utilizzatrici, centri di ricerca e università al fine di migliorare la qualità dei prodotti in base alle indicazioni degli utenti e altri portatori di interesse (quali ad esempio le aziende del settore edile, AUSL, Vigili del fuoco, ispettorato del lavoro, ecc).

Area Osservatorio e comunicazione

L'Area Osservatorio e comunicazione nasce dall'esigenza di realizzare una "mappa sistemica" delle strategie di mercato per i produttori di dispositivi di sicurezza individuali sul lavoro. Infatti le aziende non hanno molti strumenti per poter valutare le continue modifiche delle esigenze dei mercati, comprendere quali siano i nuovi mercati potenziali e come si sta orientando e modificando la normativa, che a sua volta crea nuovi spazi di mercato. A tale scopo, l'Area dovrà principalmente approfondire e interpretare le traiettorie evolutive dei mercati internazionali, attraverso un'attività continua d'indagine sul campo e di confronto con gli operatori nazionali ed esteri. La crescita nei mercati richiede, infatti, anche il presidio della normativa, dei consumi, della concorrenza e delle competenze aziendali, per soddisfare la domanda di conoscenze qualificate espressa dalle imprese e dalle istituzioni.

L'impostazione dell'area Osservatorio e promozione sarà più market oriented che puramente economico-statistica.

L'Osservatorio dovrà avvalersi della collaborazione di esperti specializzati nel Marketing e in Normative per i DPI.

In particolare, l'Osservatorio svolgerà attività di ricerca in campo economico, realizzando analisi e studi a supporto delle politiche di sviluppo locale e per l'innovazione. Gli ambiti di specializzazione sono le ricerche, gli studi e i progetti legati all'economia industriale, al mercato del lavoro e alla formazione professionale, dedicando particolare attenzione all'analisi dei cambiamenti strutturali dei mercati e dei processi di innovazione e internazionalizzazione dei distretti industriali e dei sistemi di piccole e medie imprese.

L'osservatorio deve rispondere a due principali finalità di rilevazione e di promozione. Da una parte raccogliere informazioni congiunturali utili alle imprese per valutare le dinamiche di mercato di breve periodo, favorendo così l'adozione di comportamenti reattivi di fronte alle oscillazioni dei mercati, ed analizzare le potenzialità di nuove aree di domanda e verificare l'adeguatezza delle strategie dell'industria della sicurezza in ordine all'apertura a nuovi mercati e alle potenzialità di nuovi prodotti o nuove performance di prodotto. Dall'altra gestire le attività di comunicazione per far conoscere e promuovere il sistema pugliese produttivo dei prodotti e servizi per sicurezza sul lavoro.

Lo sviluppo dell'osservatorio permanente può consentire di ottenere i seguenti risultati:

- la raccolta di informazioni approfondite sulle dinamiche congiunturali relative all'andamento del settore, suddivise per mercati di sbocco, tipologie produttive, performance dei competitori;
- un'analisi dei mercati di sbocco che possono divenire interessanti per i produttori delle imprese della sicurezza, tenendo conto del tipo di domanda, del livello di competizione presente, del ruolo delle strutture distributive e del grado di competitività dei produttori del polo produttivo locale;
- evidenziare i fattori strategici che divengono rilevanti per lo sviluppo di nuovi mercati;
- evidenziare i fattori strategici per nuovi prodotti o nuove performance di prodotto;
- comunicare e promuovere il sistema pugliese produttivo dei prodotti e servizi per sicurezza sul lavoro.

La necessità di realizzare una campagna di comunicazione sarà affidata ad una società specializzata che avrà l'obiettivo di costruire immagine "innovativa" del sistema pugliese produttivo dei prodotti e servizi per sicurezza sul lavoro, nasce dalla constatazione che l'attuale polo produttivo più significativo (Barletta), malgrado gli sforzi per migliorare la qualità dei prodotti e scalare le fasce di mercato per posizionarsi in segmenti a maggior valore aggiunto, trova sempre notevoli difficoltà a rimuovere l'immagine che si è formata nel periodo degli anni '70 e '80 in cui Barletta è stata la capitale europea nella produzione di calzature e maglieria di fascia economica.

Le attività di promozione proseguiranno quelle già promosse dal Comune di Barletta che hanno già portato:

- alla creazione di uno slogan che esprime il concetto per eccellenza nella produzione di dispositivi di sicurezza non solo nel rispetto delle norme comunitarie sulla sicurezza, ma realizzati con materie prime assolutamente prive di sostanze dannose alla salute;
- alla creazione di un logo;
- alla realizzare della infrastruttura informatica per un sito internet, che mette in evidenza l'utilizzo di materiali innovativi e di tecnologie avanzate, sottolineando la presenza sul nostro territorio di un sistema accademico all'avanguardia: Università e Politecnico e altri centri di ricerca come il Cetma.

Per la realizzazione dell'osservatorio permanente si utilizzeranno fonti economiche statistiche nazionali e internazionali, banche dati di rilevamento dei mercati report, di ricerca specifici, pubblicazioni di settore, documentazione prodotta da istituti pubblici quali le camere di commercio (nazionali ed estere), ministeri competenti, organismi di supporto agli scambi commerciali, ecc.

Sarà data anche una particolare importanza agli aspetti normativi che influenzano la struttura della domanda e, a differenze di altri osservatori, agli aspetti di strategie di marketing.

L'obiettivo è quello di produrre una rilevazione strutturata della situazione congiunturale che influisce sull'andamento della domanda dei DPI e servizi per la sicurezza sul lavoro. Ciò riguarda non solo il mercato italiano, ma prevede anche degli approfondimenti sui principali mercati esteri di sbocco, al fine di evidenziare le potenzialità di quei mercati.

Attraverso l'elaborazione dei dati disponibili presso queste fonti verranno ricostruite in modo ricorrente le dinamiche in atto nei mercati, si potranno segnalare i processi di trasformazione, si disporrà di elementi in grado di favorire un adeguamento delle strategie produttive.

Il quadro congiunturale così strutturato verrà arricchito da analisi di strategie di marketing. La finalità di questa articolazione dell'osservatorio è quella di completare l'elaborazione economico/statistica con valutazioni di mercato/prodotto.

I risultati dell'Osservatorio verranno pubblicati, ma l'osservatorio svolgerà anche attività di servizio e consulenza riuscendo a personalizzare sulle caratteristiche dell'azienda programmi per la penetrazione di nuovi mercati, per la realizzazione di nuovi prodotti e prodotti con nuove performance.

Sul lato comunicazione, sarà gestito il sito già avviato nonché impostata e realizzata una campagna di comunicazione di promozione del polo produttivo.

Area Design e Creatività

L'Area Design e Creatività è considerata di importanza strategica dalle aziende proponenti questo progetto.

La sua costituzione viene definita tenendo conto delle indicazioni strategiche e delle relative linee guida elaborate nell'ambito della **Piattaforma Tecnologica Europea del Footwear (FETP)**, gruppo di imprese europeo della filiera produttiva del footwear, delle associazioni di categoria tramite i CEC (Confederation Europeenne de la Chaussure) e di varie istituzioni di ricerca e universitarie. L'FETP ha il patrocinio della **DG Ricerca della CEE** ed ha lo scopo di indicare dal basso, cioè dalle imprese, le indicazioni strategiche per la DG Ricerca della CEE al fine di creare gli opportuni strumenti di incentivazione per l'innovazione e lo sviluppo delle imprese del settore calzaturiero europee. Dai lavori della FETP sono state elaborate le seguenti considerazioni :

- Il settore manifatturiero in EU vale **6.500 MD US\$** e rappresenta il **43% dell'intero PIL** dell'Europa a 25
- Nuovi fattori di influenza stanno prepotentemente cambiando lo scenario competitivo, la **Globalizzazione** non è il solo motivo
- Le dinamiche sociali creano **nuovi segmenti** di mercato che esigono **maggiore personalizzazione**
- Crescono le esigenze per **maggiori prestazioni e qualità**, ma a **costi contenuti**
- **Etica e Sostenibilità Ambientale** diventano cruciali ed arricchiscono le **motivazioni emozionali** del consumatore

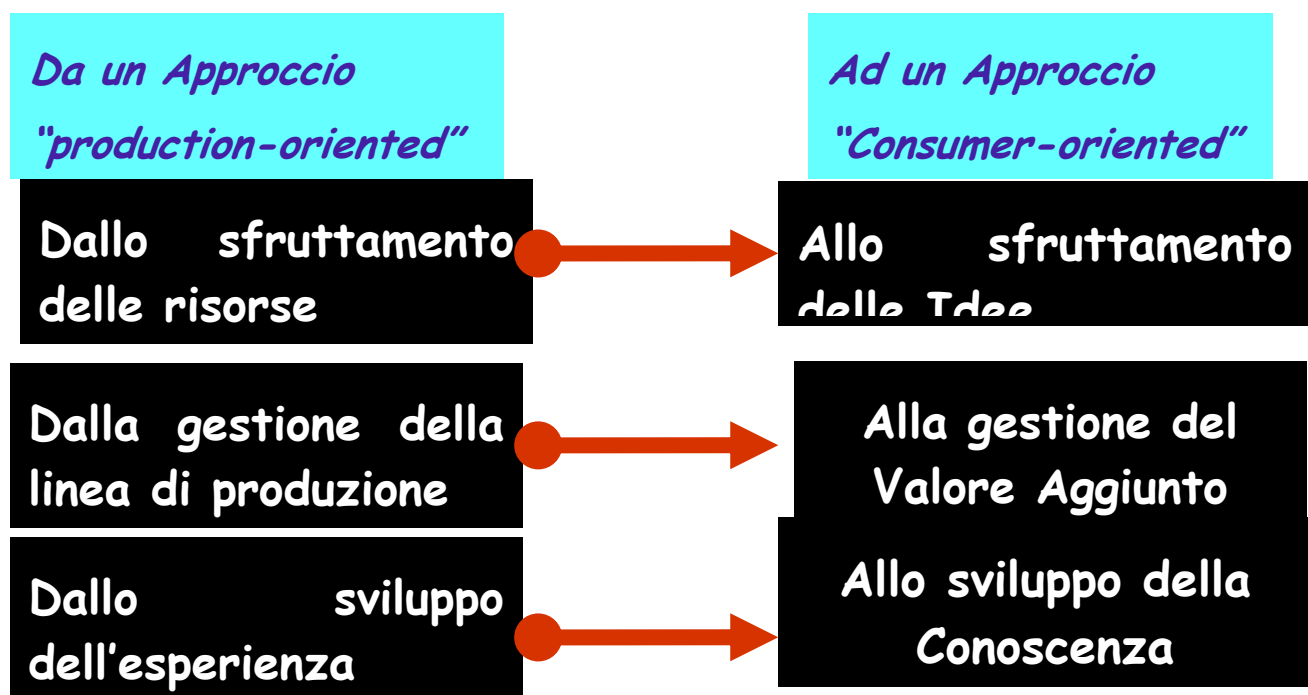
Per quanto riguarda lo scenario di mercato del calzaturiero:

- I fenomeni di cambiamento dei consumatori descritti per il manifatturiero sono ancor più influenti in questo settore specifico
- Si stima che la **popolazione mondiale crescerà** nei prossimi 12 anni di **1 miliardo** di persone
- Nello stesso periodo è attesa una crescita della **"Middle Class"** di **1,8 miliardi** di persone. Entro il 2020 la **classe media** mondiale sarà il **52% della popolazione globale**
- La conseguenza di ciò sarà una crescita della domanda per prodotti a più alto **Valore Aggiunto**, che rappresenterà circa **11 MD€ (15% del fatt EU-27)**
- L'attuale modello di impresa del settore è caratterizzato da un **basso valore** percentuale del **Valore Aggiunto**: il contributo sull'intero settore manif. In EU è solo di 0,5%
- Il **60%** del Valore Aggiunto in Italia viene prodotto da aziende con meno di **20 persone**
- L'uso di materiali e accessori tipici non favorisce una facile implementazione di metodi automatici
- La frammentazione delle aziende non favorisce gli investimenti in Innovazione Tecnologica

Dalle considerazioni generali suddette, ne consegue che per restare **competitivi** e mantenere un ruolo cruciale nel MADE IN ITALY, il settore dei dispositivi di protezione individuale deve sapersi **trasformare**, adottando un continuo **processo di Innovazione** dei Processi e dei Prodotti.

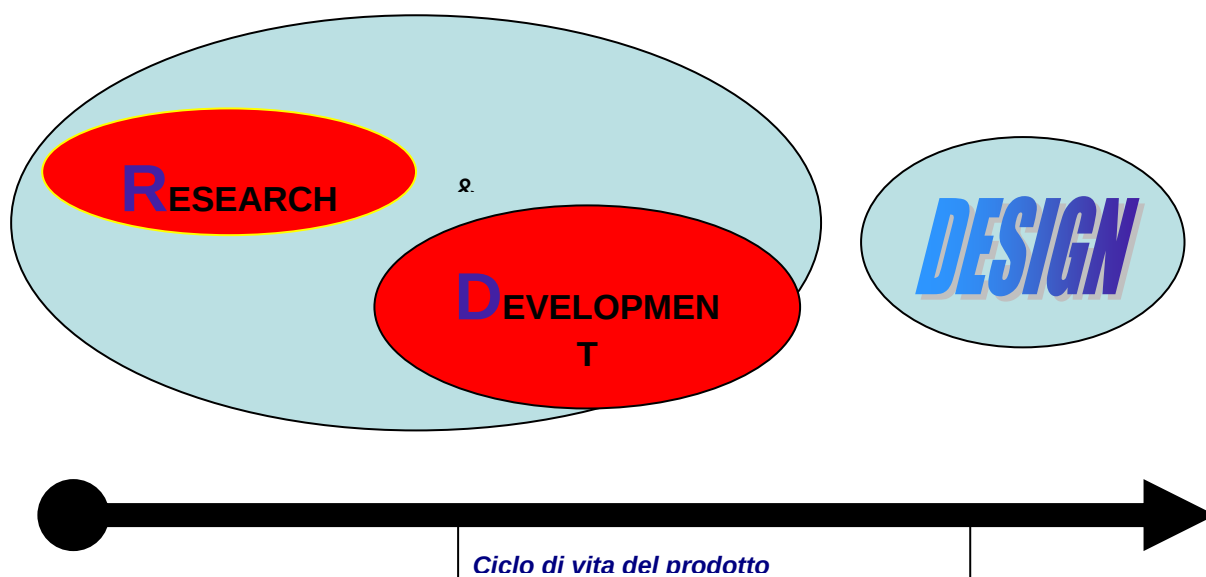
In particolare il Working Group per l'Innovazione di Prodotto (WGIP) della FETP, diretto dalla BASE Protection, nella persona di Antonio Diterlizzi, ha tracciato più in dettaglio il processo strategico di trasformazione delle imprese di settore, partendo dall'assunto che:

Bisogna Contribuire alla **crescita di COMPETITIVITA'** del settore calzaturiero europeo, utilizzando **l'INNOVAZIONE DI PRODOTTO** come mezzo per il conseguimento di **elevato valore aggiunto**, e questo significa ripensare l'approccio imprenditoriale e tecnologico, come di seguito indicato:



Quindi, dopo aver analizzato un adeguato numero di casi di prodotti di successo a livello mondiale, il WGIP della FETP ha indicato il **DESIGN** la funzione strategica fondamentale per il conseguimento della innovazione di prodotto definendo un nuovo paradigma che qui si propone integralmente quale modello di riferimento per il CENTRO proposto in questo progetto.

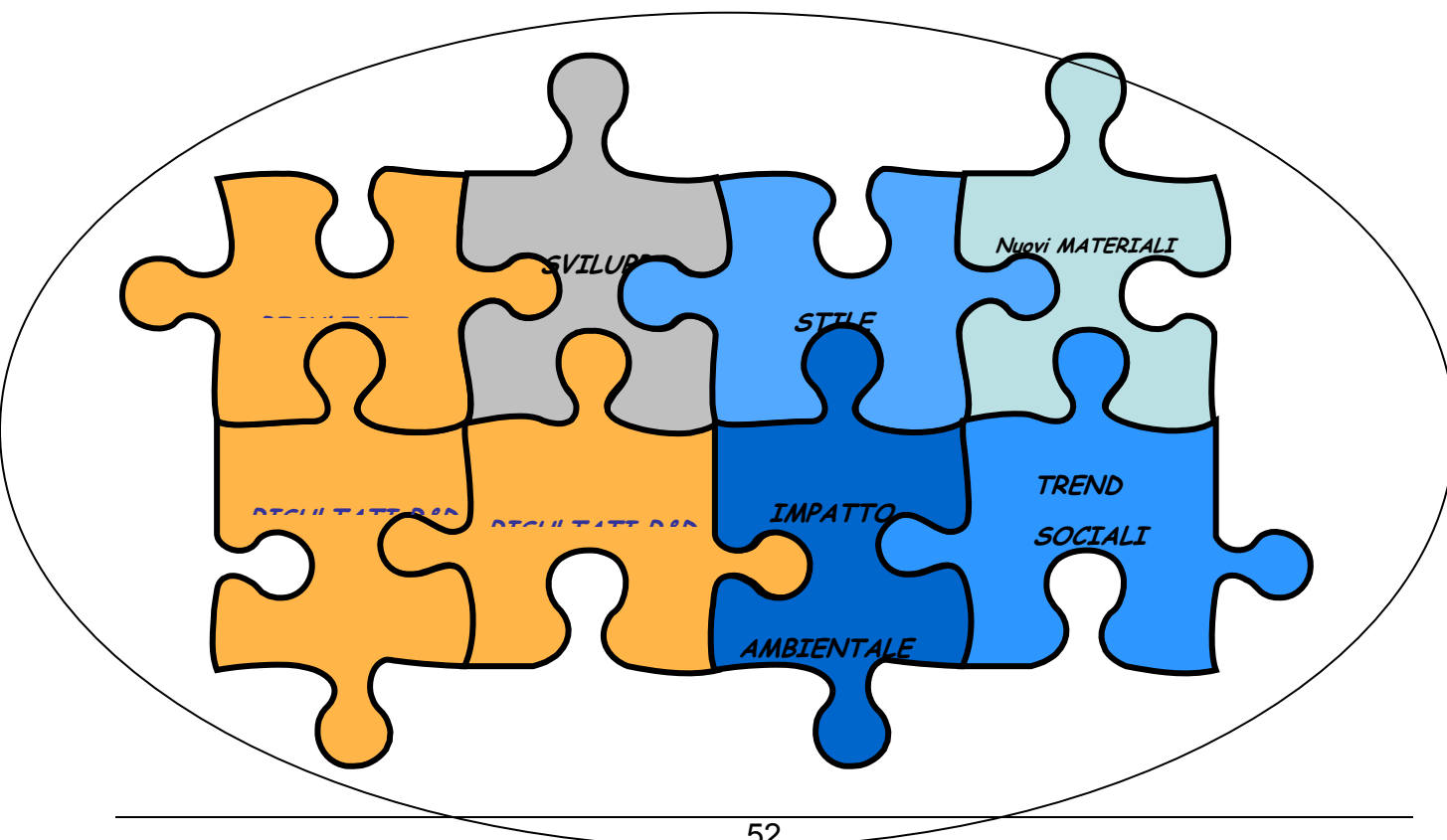
Da: un tradizionale approccio: "R & D"



Ad un nuovo paradigma di sviluppo

RESEARCH • DESIGN

IL DESIGN È AL CENTRO DELL'INNOVAZIONE



L'approccio proposto, dunque prevede che il DESIGN, inteso come funzione di coordinamento interdisciplinare, partendo dalle esigenze di mercato, è in grado di pilotare le attività di ricerca e sviluppo, integrando tutte le innovazioni e nuove performances in un unico progetto economicamente sostenibile di mercato per il lancio di prodotti veramente innovativi.

In sostanza l'Area ha lo scopo di realizzare un "Laboratorio/incubatore" finalizzato a creare le condizioni per migliorare le capacità costruttive non solo del settore moda, ma di tutte le attività produttive del territorio attraverso la formazione di giovani non solo creativi, ma con solide competenze tecniche economiche e di sviluppo di prodotto.

Il Laboratorio organizzerà corsi che affronteranno progetti pratici di disegno industriale nella loro complessità: dal concept alla comunicazione del prodotto, dallo studio di materiali e tecnologie al controllo di attività e processi.

Saranno realizzati progetti concreti di comunicazione, intesa in tutte le sue diverse accezioni, nonché la realizzazione di soluzioni e oggetti, industrializzabili e non, per il presente e il futuro utilizzando l'esperienza di artisti di tutto il mondo e di docenti specializzate in discipline tecniche.

Il Laboratorio sarà strutturato sia in forme didattiche alternative, quali il workshop ed internet sia in lezioni teoriche, laboratori di progettazione e insegnamenti tecnici finalizzati a fornire le capacità di utilizzo degli "strumenti" funzionali al creativo. Inoltre si prevede di inserire il laboratorio stesso in una rete di centri con analoghe competenze di sviluppo in modo da favorire l'interscambio a livello Europeo di know how e opportuni trasferimenti tecnologici.

L'ambizione delle imprese proponenti è nel medio lungo termine, quello di poter creare delle figure professionali di "superarchitetti" da riportare in azienda per lo sviluppo di prodotti innovativi e a più alto valore aggiunto. Provocatoriamente si vuole costituire un laboratorio per la formazione di molti "Philippe Starck".

Il Laboratorio avrà il notevole vantaggio di poter essere ubicato insieme "INCUBATORE DELL'INNOVAZIONE E DELLA CREATIVITA' PER IL SETTORE MODA" che, candidato come progetto stralcio del Piano Strategico di Area Vasta "Vision 2020", ha l'obiettivo tra l'altro di:

- o CREARE UN INCUBATORE DELL'INNOVAZIONE E DELLA CREATIVITA' PER IL SETTORE MODA
- o ATTIVARE UN ATELIER DELLA MODA
- o ATTIVARE SERVIZI INNOVATIVI A FAVORE DELLA IMPRENDITORIA LOCALE
- o ATTIVARE SERVIZI A FAVORE DEGLI ASPIRANTI IMPRENDITORI
- o RAZIONALIZZARE E SEMPLIFICARE LE PROCEDURE AMMINISTRATIVE
- o ATTIVARE UNA SCUOLA DI FORMAZIONE PER STILISTI E FASHION DESIGNER
- o ATTIVARE RETI E COLLABORAZIONI TRA ESPERIENZE NAZIONALI ED EUROPEE DI INCUBATORI CON FUNZIONI UGUALI E/O SIMILI
- o ORGANIZZARE EVENTI E/O INCONTRI DI INTEGRAZIONE TRA IMPRESE, MONDO DELLA CULTURA

Nel breve termine, il Laboratorio, realizzerà attività formative finalizzate a creare le condizioni per migliorare le capacità costruttive non solo del settore moda, ma di tutte le attività produttive del territorio attraverso la formazione di giovani non solo creativi, ma con solide competenze.

Il Centro sottoscriverà un accordo strategico di collaborazione con istituto di formazione di design e creatività di livello internazionale che consentirà a designer aziendali di poter frequentare corsi di specializzazione e perfezionamento e, dall'altra, accogliere in stage presso aziende pugliesi giovani stilisti dello stesso istituto.

I percorsi formativi prevedono attività presso l'Istituto partner, presso il Laboratorio del Centro e presso le aziende.

L'attività sarà finalizzata ad affrontare progetti pratici di disegno industriale nella loro complessità: dal concept alla comunicazione del prodotto, dallo studio di materiali e tecnologie al controllo di attività e processi.

Saranno realizzati progetti concreti di comunicazione, intesa in tutte le sue diverse accezioni, nonché la realizzazione di soluzioni e oggetti, industrializzabili e non, per il presente e il futuro utilizzando l'esperienza di artisti di tutto il mondo e di docenti specializzate in discipline tecniche.

Nel centro si terranno forme didattiche alternative, quali il workshop ed internet sia lezioni teoriche, e moduli di progettazione e insegnamenti tecnici finalizzati a fornire le capacità di utilizzo degli "strumenti" funzionali al creativo.

RISULTATI ATTESI

Formazione di n. 15 designer aziendali.

Stage di 20 designer.

Area progettazione e fabbricazione rapida

L'intervento intende realizzare un Area/laboratorio per la prototipazione rapida, reverse engineering e rapid tooling finalizzato a supportare le imprese operanti nel settore dei dispositivi individuali per la sicurezza del distretto, nel campo dell'innovazione di prodotto attraverso le tecnologie di sviluppo rapido di prodotto, prototipazione, progettazione avanzata assistita da calcolatore e co-design.

Con il termine Reverse Engineering (RE) si individua la tecnologia che consente, partendo da un oggetto fisico, qualunque sia la sua complessità, di risalire alla suo disegno in 3D (modello matematico) per poterlo eventualmente modificare ed utilizzare in sistemi di prototipazione rapida.

La Prototipazione Rapida (RP) è, infatti, costituito da una serie di tecniche che, partendo da un modello matematico CAD tridimensionale (disegno in 3D), ricostruiscono degli oggetti utilizzando procedimenti, rapidi, flessibili e altamente automatizzati. Con il rapid prototyping (RP) un prototipo industriale può essere realizzato in tempi che vanno dalle poche ore ad un massimo di alcuni giorni, senza nessun ausilio di attrezzature

Questa tecnica consente di 'materializzare' velocemente la forma fisica di quanto i progettisti disegnano sul computer, senza dover affrontare i costi e i rischi della realizzazione di un prototipo vero e proprio.

La proposta di creare questa Area funzionale nasce dal fatto che le aziende impegnate per la produzione di dispositivi individuali per la sicurezza che realizzano soprattutto calzature "tecniche" antinfortunistiche; ritengono che vi siano ampi spazi di applicazione delle tecniche di Rapid Prototyping-Manufacturing-Tooling per ridurre i tempi di risposta al

mercato abbreviando una parte rilevante della fase della progettazione o per la realizzazione di mini-serie di prodotti finiti nei casi in cui la produzione in larga scala risulta antieconomica.

Una recente analisi SWOT del distretto del nord barese ofantino mette in luce quanto sia necessario cercare e trovare un percorso virtuoso che possa mettere a sistema tutte le potenzialità presenti nel territorio pugliese. Le analisi sul campo hanno indicato fra i bisogni più urgenti per le imprese l'ampliamento della quote di mercato internazionale, la costruzione della marca e l'introduzione di nuovi prodotti, mentre la domanda di innovazione si orienta maggiormente verso il miglioramento della qualità dei prodotti stessi, del servizio al cliente e verso la riduzione dei loro tempi di sviluppo.

E' fondamentale quindi che si salvaguardi il più possibile la capacità produttiva in settori tecnici specializzati (antifortunistica, calzatura tecnico-sportiva).

E' necessario supportare le attività di sviluppo di nuovi prodotti agendo sulla formazione specializzata di alto livello, sull'attrazione di talenti creativi e soprattutto sulla creazione, assieme al sistema delle Università e della Ricerca, di un Polo Tecnologico che sia centro di competenze e trasferimento di innovazione verso una più ampia comunità di imprese, anche piccole, della filiera calzaturiera pugliese.

Il primo obiettivo è il passaggio progressivo dall'uso dei noti (e peraltro in continua evoluzione) sistemi di prototipazione rapida, dall'ambito dei prototipi a quello più vasto dello sviluppo del prodotto (che abbraccia in una visione unica la realizzazione con tecniche di fabbricazione diretta non solo alcune isolate componenti della scarpa, ma, se possibile, tutte le sue parti).

Il secondo obiettivo è quello di favorire una riorganizzazione produttiva in funzione della risposta rapida al mercato. Questa linea di innovazione è di interesse in particolare per le aziende impegnate e strutturati con una filiera produttiva corta. Il modello organizzativo di riferimento è basato su di una estrema reattività al mercato che, facendo leva su di una filiera progettuale e produttiva molto flessibile, informatizzata e ben organizzata, permette di intercettare rapidamente gli orientamenti del mercato, per tramutarli velocemente in specifiche di prodotto, e progettare e sviluppare i nuovi articoli e di consegnarli ai clienti nel volgere, letteralmente, di poche ore (alcuni giorni al massimo). L'adozione di questo modo rinnovato di porsi rispetto al mercato, comporta innovazioni su molti fronti, che spaziano dalle tecnologie per il punto vendita e per la raccolta delle informazioni sugli acquisti dei consumatori, a quelle per sviluppare e produrre rapidamente il prodotto (si veda il punto precedente), alla logistica ed agli schemi avanzati di distribuzione. Tra l'altro questo approccio si presterebbe ad interessanti sinergie (sia sul fronte della ricerca che su quello dell'attività di mercato) con aziende del settore tessile – abbigliamento con le quali si potrebbero sviluppare iniziative congiunte.

Possibili risultati attesi:

Time compression per dispositivi di sicurezza individuali con tecniche di reverse engineering e rapid tooling; sviluppo ed ottimizzazione di nuove procedure per la progettazione e l'industrializzazione dei nuovi prodotti utilizzando software specifici per il settore dei dispositivi di sicurezza individuali ed innovative tecnologie per la scansione di campioni fisici e per la produzione di prototipi e nuovi prodotti.

Rapid Tooling per la costruzione di stampi. sperimentazione dell'integrazione delle tecniche di prototipazione rapida con il Rapid Tooling, per realizzare la produzione di una serie limitata di particolari di attrezzature sportive nuovi e definitivo utilizzando inserti in resina montati su stampi ad iniezione per materie plastiche. Una tale preserie è caratterizzata da

un duplice vantaggio: primariamente la possibilità di disporre di un certo numero di particolari a basso costo da sottoporre al giudizio dei clienti, in secondo luogo questi possono essere impiegati per test funzionali in grado di verificare la bontà di risposta dell'oggetto alle sollecitazioni reali e consentirne eventuali certificazioni. I costi limitati di questo processo ed i tempi contenuti potranno permettere di apportare modifiche anche sostanziali al progetto iniziale senza ricorrere alla produzione classica (stampi in acciaio o alluminio) che appare in quest'ottica caratterizzata da una limitata flessibilità e da costi elevati.

Rapid Manufacturing: Si esplorerà la possibilità di utilizzare le più moderne ed innovative tecniche di fabbricazione additiva per la costruzione diretta di particolari per i dispositivi individuali di sicurezza, senza passare attraverso la fabbricazione di stampi, abbattendo notevolmente i costi di start up di una nuova produzione e fornendo una rapidissima risposta alle esigenze del mercato.

Reverse Engineering: Utilizzo di scansioni tridimensionali per la Reverse Engineering dei varie componenti dei singoli dispositivi di protezione per la ricostruzione del modello digitale di prototipi artigianali, la loro modifica rapida e la creazione di archivi 3D digitali di forme.

L'intervento precede attività di Ricerca e innovazione sulla fabbricazione rapida. È previsto il coinvolgimento, oltre che delle aziende del distretto, anche di molte realtà aziendali italiane di eccellenza.

Ricerca e Innovazione

- Ricerca e di trasferimento tecnologico su sistemi, processi, prodotti e materiali innovativi. Attività di ricerca e di sperimentazione finalizzate allo sviluppo delle risorse umane. Il progetto sarà funzionale a questa visione strategica di distretto produttivo:

1) innovazione di progetto di dispositivi di protezione realizzate nel territorio in modo industriale, investendo in "prototipazione rapida" (FDM, SLS, 3D Printing), industrializzazione di prodotto e processi, ricerca scientifica sul comfort, sulla normazione, sui processi produttivi, sui nuovi materiali.

2) Ricerca e innovazione sulla prototipazione rapida, in congiunzione con lo sportello prove per la certificazione di prodotto e per la normativa per gli standard costruttivi di prodotto. I punti salienti del progetto sono:

- nuova metodologia progettuale delle calzature e dei dispositivi individuali di protezione;
- utilizzo ed implementazione di banche dati come supporto alla progettazione;
- valore aggiunto nella flessibilità della produzione e della qualità percepita;

È previsto il coinvolgimento, oltre che del Politecnico di Bari, delle aziende dell'area, anche di molte realtà aziendali italiane di eccellenza in particolare per le forme e per la modelliera.

Processi : prototipazione rapida e sviluppo rapido di prodotto

Si intendono sviluppare due direttrici nuove. La prima riguarda una maggiore enfasi sulla prospettiva del passaggio progressivo dall'uso dei noti (e peraltro in continua evoluzione) sistemi di prototipazione rapida, da prima dall'ambito dei prototipi a quello più vasto dello sviluppo del prodotto (che abbraccia in una visione unica la realizzazione con tecniche di fabbricazione diretta non solo alcune isolate componenti dei dispositivi individuali di protezione, ma, se possibile, tutte le sue parti) per ipotizzare una migrazione ultima di

queste tecniche verso la fase produttiva vera e propria (ideale per piccole produzioni ad alta flessibilità).

Questi passaggi comportano approfondimenti non solo di natura tecnologica, ma anche di tipo organizzativo, peraltro in linea con il riassetto delle imprese del settore verso una preponderanza delle attività di sviluppo prodotto rispetto a quelle tipicamente produttive. Per quanto riguarda la seconda nuova direttrice di lavoro, essa riguarda la tipologia di aziende da avvicinare a queste innovative tecnologie di processo.

Servizi di consulenza

I servizi di consulenza sono studiati per rispondere alle esigenze delle Aziende che producono DIP e comprendono attività standardizzate a catalogo ed interventi personalizzati in azienda. I servizi per il controllo della qualità materiali, la prototipazione rapida e la sicurezza nei luoghi di lavoro appartengono alla prima categoria, mentre le attività di analisi e consulenza finalizzate alla riorganizzazione dei principali processi vengono realizzate, in modo personalizzato, nelle singole aziende.

Area formazione professionale

L'Area formazione professionale avrà il compito di attivare corsi di formazione specifici per il settore della sicurezza.

Tale Area, nel primo triennio, concentrerà la sua attività alle tematiche della modellistica.

Visti gli risultati ottenuti dalla recente iniziativa promossa da Confindustria Bari e supportata dal Comune di Barletta, si vogliono rendere strutturali e ciclici corsi base ed avanzati per modellisti di dispositivi individuali di protezione, nonché corsi di specializzazione per tecniche di modellistica con tecnologia CAD-CAM

I corsi saranno rivolti a giovani disoccupati ed inoccupati, nonché a dipendenti di aziende calzaturiere, in particolar modo se settore antinfortunistica, o di modellisti liberi professionisti.

La qualità di una calzatura in generale, ma soprattutto quella antinfortunistica per la funzione che svolge, nasce dall'abilità del modellista nel predisporre le varie parti della scarpa in modo che questa diventi comoda e che non abbia difetti in fase di produzione. Le calzature da lavoro avendo vincoli di performance (contro le perforazioni e gli schiacciamenti) hanno una struttura e problematiche progettuali diverse dalle altre.

L'Area Formazione professionale si occuperà quindi di formare quella figura professionale in grado di saper realizzare, partendo dall'idea creativa del designer, il prototipo di calzatura con le migliori caratteristiche di confort, performance e qualità strutturali, scegliendo con cura i materiali e i componenti per costruire una scarpa adatta ad essere messa in produzione con specifiche adatte alle caratteristiche di competenze e macchinari in una determinata impresa.

A tale scopo il modellista deve ricevere una approfondita conoscenza delle tecniche di idea, disegno, ricavo, sviluppo e prototipo in pelle dei principali modelli di calzature, nonché la conoscenza del piede, la forma, i componenti e la tecnica di concia dei pellami.

I corsi saranno rivolti a giovani disoccupati ed inoccupati, nonché a dipendenti di aziende calzaturiere o di modellisti liberi professionisti.

Il progetto prevede l'accordo strategico con un ente di formazione italiano di valenza internazionale e prevede una fase di avvio dell'Area, che durerà tre anni, durante la quale la presenza in loco dei docenti dell'ente partner tenderà a diminuire progressivamente, di anno in anno, grazie alla parallela attività di formazione dei docenti locali che consentirà la loro sostituzione.

Questa esigenza nasce dal fatto che in Puglia non ci sono docenti in grado di fornire il valore aggiunto di competenze necessarie a poter migliorare significativamente le produzioni locali. E' necessario, pertanto, sottoscrivere un accordo strategico con scuole di provata e lunga esperienza nel campo che possano formare non solo addetti e nuovi risorse locali, ma anche formatori pugliesi che sono in grado di dare continuità al tessuto produttivo locale.

RISULTATI ATTESI

Corsi per la formazione di n. 20 modellisti.

Corsi per il perfezionamento di 15 modellisti.

Corsi di specializzazione su tecniche di modellistica su CAD CAM per n. 30 modellisti.

Formazione di 3 formatori locali.

Area qualificazione e la certificazione dei prodotti

Le continue esigenze di aggiornamento e adeguamento alle condizioni di mercato dei Dispositivi di Protezione Individuali(DPI), impongono l'uso continuo e la sperimentazione di nuovi materiali e tecniche di produzione. Ciò, d'altra parte impatta sulle caratteristiche di prestazione e di certificazione di conformità, obbligatoriamente richiesta per la commercializzazione di questo genere di prodotti. Essi infatti sono sottoposti a verifica per accertare la conformità alle Norme Tecniche EN di riferimento per ogni classe di dispositivi. Da un lato, quindi ci sono le esigenze di mercato con i conseguenti cambiamenti di prodotto, dall'altro le Norme di riferimento che richiedono innumerevoli tests funzionali per verificare la rispondenza alle stesse e poter apporre il marchio CE, obbligatorio per la commercializzazione.

In questa Area si propone di costituire un laboratorio specializzato e normalizzato, in modo da poter effettuare almeno i tests essenziali per le prestazioni di sicurezza ai fini della certificazione. Il laboratorio dovendo avere una elevatissima specializzazione, dovrebbe essere collegato in rete ad uno o più istituti di certificazione già operanti nel settore in modo da accelerare il set up del laboratorio e integrare le capacità disponibili in termini di macchinari e competenze, contribuendo a ridurre notevolmente gli investimenti necessari con una maggiore efficienza e velocità di certificazione.

In particolare si prevede di realizzare un laboratorio in grado di effettuare tests per materiali (abrasione, rottura, traspirabilità, ecc...) per alcune caratteristiche specifiche di sicurezza del prodotto (antistaticità, conducibilità, resistenza all'impatto, resistenza alle flessioni sia in condizioni ambientali standard, che estreme per basse e alte temperature), per la verifica di alta visibilità dei DPI speciali, per l'uso di materiali innovativi non metallici.

Il laboratorio dovrà essere realizzato in un ambiente condizionato e controllato per poter essere normalizzato e dare risultati riconosciuti dagli enti certificatori, oltre che ripetibili. Si prevede di impiegare almeno due risorse qualificate, o da qualificare con opportuni corsi formativi, oltre che prevedere il collegamento stabile con gli istituti di riferimento.

I risultati attesi sono:

- Una maggiore tempestività nei controlli di conformità e quindi un Time to Market più veloce;
- Minori costi di certificazione
- Maggiore protezione dei risultati e delle attività di sperimentazione da parte delle aziende del consorzio;
- Maggiore stimolo all'innovazione del prodotto a causa di un più facile controllo normativo dei cambiamenti di materiali e componenti

Formazione manageriale e incubatore "implicito"

Un aspetto estremamente importante che si desidera mettere in evidenza è la formazione "implicita" e le dinamiche "implicite" di incubatore di impresa che il Centro sarà in grado di realizzare.

Competenze trasversali per uno specifico settore come quello della sicurezza sono fondamentali per "creare" dirigenti e nuove imprese in grado di sostenere l'innovazione continua di prodotto, di mercato ed organizzativa che il settore della sicurezza ha bisogno.

Il flusso di informazioni all'interno del Centro, la possibilità di entrare in contatto con una pluralità di discipline e di professionisti crea un microambiente di fertilizzazione formativa sul campo non può essere decodificata con i tradizionali sistemi di misura, numero di ore di lezione in aula, stage ecc, ma che genera nei fatti una vera e proficua palestra per creare imprenditori e manager di successo.

Tutto ciò sarà favorito ed amplificato dal fatto che il centro di potrà operare negli stessi locali dell'INCUBATORE DELL'INNOVAZIONE E DELLA CREATIVITA' PER IL SETTORE MODA" che candidato come progetto stralcio del Piano Strategico di Area Vasta "Vision 2020". Questo infatti sarà:

- Luogo d'interscambio tra culture ed esperienze, dedicato all'innovazione e alle arti contemporanee;
- Incubatore di imprese dedicato alle nuove aziende;
- Centro servizi in grado di agevolare l'affermazione sul mercato e gestire il turn-over.
- La sede di uno sportello decentrato della camera di commercio, degli uffici di rappresentanza delle associazioni di categoria e dell'ufficio unico dei suap dei comuni della nuova provincia;

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Il progetto del Centro è coerente con il programma di sviluppo in quanto ha l'obiettivo di aumentare la qualità dei prodotti, diversificare la produzione attraverso il supporto della ricerca e sviluppo, nonché con il progetto stralcio del Piano Strategico di Area Vasta "Vision 2020": INCUBATORE DELL'INNOVAZIONE E DELLA CREATIVITA' PER IL SETTORE MODA.

7.3 Indicazione degli obiettivi generali del progetto

In un scenario internazionale che si fa sempre più competitivo, in cui le leve della concorrenza sono innovazione e/o prezzo, le imprese dei Paesi industrializzati potranno competere solo con continue innovazioni per non restare schiacciate dalla competizione sui dei Paesi in via di sviluppo che saranno sempre notevolmente inferiori ai nostri.

In questo contesto, il polo produttivo pugliese di dispositivi di sicurezza individuale potrà emergere solo se riuscirà a crearsi una forte identità ed una visibilità internazionale a 360° sui dispositivi individuali ed ai servizi per la sicurezza sul lavoro. Questo gli consentirà di non essere un semplice polo produttivo, simile ad altre migliaia di luoghi di produzione sparsi per il mondo, ma al contrario essere ben riconosciuto come Centro di innovazione.

Il passaggio dal monoprodotto per la sicurezza “calzatura” a prodotti diversificati per la protezione sul posto di lavoro e i relativi servizi è un passaggio indispensabile per far fermentare sul territorio sempre nuove idee e prodotti e sviluppare le necessarie innovazioni per sconfiggere la concorrenza internazionale.

Fermarsi alla produzione delle sole calzature senza creare un Centro di supporto che dia sempre nuovi input all’innovazione o che possa generare o facilitare la gemmazione di nuove iniziative imprenditoriali su altre tipologie di prodotti e servizi finirebbe con risucchiare inevitabilmente il polo produttivo locale nelle secche della competizione sul prezzo al quale inevitabilmente l’industria dei paesi “sviluppati”, con i costi di manodopera diverse volte superiori a quelli dei paesi emergenti, ne uscirebbe perdente.

Viceversa, il Centro riuscirebbe ad alimentare e creare un circolo virtuoso di idee, innovazione, servizi e prodotti che manterrebbe il polo produttivo sempre un passo avanti rispetto ai concorrenti.

L’idea di far evolvere un polo produttivo di tipo tradizionale in un polo produttivo “innovativo” è già stato realizzato in altre realtà produttive all’estero.

Lo stesso Prof. Gianfranco Viesti, nel documento “L’ECONOMIA DELLA CITTA’ DI BARLETTA PRESENTE E POSSIBILE FUTURO “, redatto per conto del Comune di Barletta, ritiene che intorno al successo e al know how maturato dalle aziende che producono calzature antinfortunistica vi potrebbero essere le condizioni per costruire un vero polo specializzato. A supporto di tale riflessione viene fatto l’esempio di un caso di successo internazionale avvenuto a Cholet in Francia. Città con dimensioni simili a Barletta intorno alla quale è cresciuta negli ultimi decenni, sulla base delle forti tradizioni nel settore tessile e calzaturiero, un distretto “integrato” con altri settori che ha preso il nome di “*Le Pole enfant*” (il “Polo dell’infanzia”). Le produzioni specializzate di abbigliamento, calzature e accessori sono state integrate a livello orizzontale con il settore dei giocattoli e dell’agro alimentare (cibi per l’infanzia).

Sulla base di questo caso di successo, mutuando le speranze alla nuova Provincia BAT si ritiene che siano maturate le condizioni per realizzare un vero e proprio polo della sicurezza. Oltre alle calzature e all’abbigliamento, potrebbe essere verificata la possibilità di fornire accessori, attrezzi o addirittura servizi tecnologici o ingegneristici, facendo massa critica con le notevoli capacità produttive e tecniche esistenti nell’area barese.

Si tratterebbe di un salto culturale e manageriale notevole. Non partire più da quanto si realizza all’interno della propria fabbrica, da ciò che si è sempre fatto e si sa fare (la calzatura), ma che è sempre più difficile produrre con una qualità/prezzo competitiva. Ma partire dal mercato; dall’esigenza della sicurezza sul lavoro e progettare e realizzare (o far

realizzare) un insieme di beni. Con evidenti “economie di gamma”: più beni rivolti allo stesso acquirente, la cui competitività si rafforza congiuntamente grazie all’offerta congiunta.

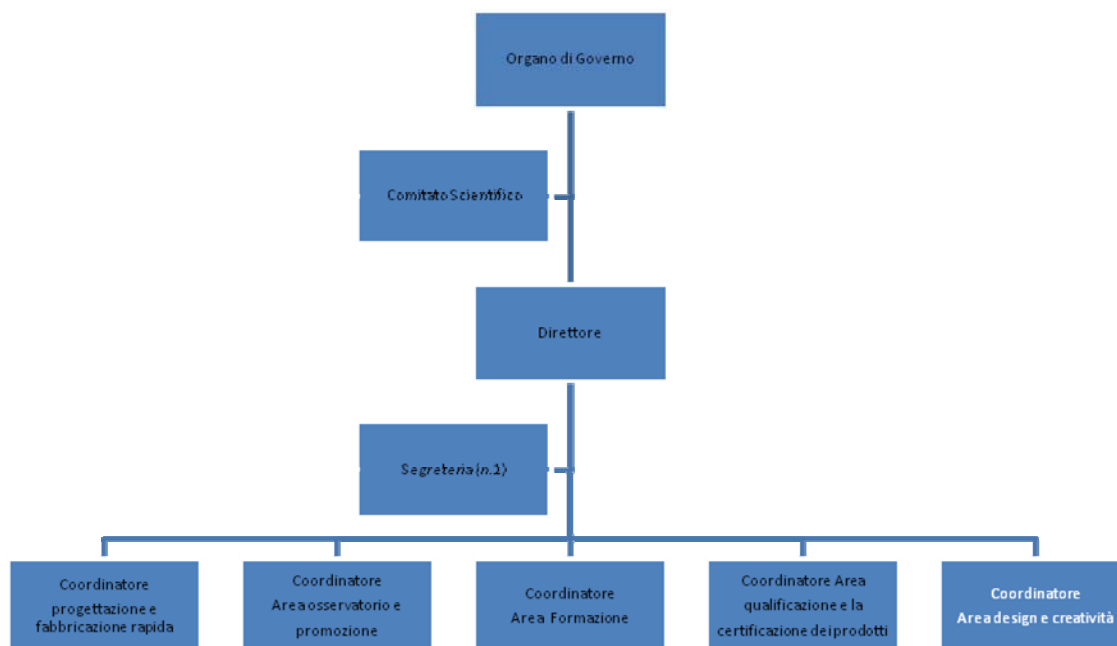
Il mercato presenta caratteristiche diverse rispetto a quello tradizionale: è più segmentato e specializzato, in crescita, e con fattori di concorrenza diversi dal prezzo che giocano un ruolo maggiore. Un mercato adatto per un Polo che cerca un riposizionamento diverso.

L’impresa non è più solo la produttrice di un bene che “cerca un mercato” e che combatte per il proprio vantaggio competitivo con produttori agguerritissimi sotto il profilo dei costi. Tende invece a diventare progressivamente competitiva perché conosce la “cultura del business”, cioè le esigenze degli acquirenti; perché progetta soluzioni per quelle esigenze; perché realizza o controlla gli approvvigionamenti di quanto serve. Che non è solo efficiente, ma anche creativa. Che non cerca mercato per ciò che produce ma che produce ciò che il mercato domanda.

8.1 Organizzazione e descrizione e quantificazione dei costi di gestione

Il Centro sarà gestito in modo snello con pochissime risorse umane necessarie a dare continuità alle attività di medio e lungo periodo e con forme di collaborazione con professioni specializzati, il sistema accademico e della ricerca pugliese e nazionale fondamentali per dare sempre nuova “linfa” all’innovazione.

Il governo del Centro sarà affidato ad un ristretto numero di imprenditori, rappresentanti del mondo accademico e della ricerca, nonché dell’ente locale sostenitore del Centro e di eventuali istituti finanziari.



Costo triennale del progetto (Euro)

Descrizione	Formula	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Area Osservatorio e comunicazione	I = a+b+c	165.000	115.000	115.000	395.000
Costo del personale	a	120.000	90.000	90.000	300.000
Macchinari e attrezzature	b	30.000	10.000	10.000	50.000
Spese generali	c	15.000	15.000	15.000	45.000
Area Design e Creatività	II = d+e+f	115.000	115.000	105.000	335.000
Costo del personale	d	80.000	80.000	70.000	230.000
Macchinari e attrezzature	e	15.000	15.000	15.000	45.000
Spese generali	f	20.000	20.000	20.000	60.000
Area progettazione e fabbricazione rapida	III = g+h+i	860.000	410.000	410.000	1.680.000
Costo del personale	g	200.000	200.000	200.000	600.000
Macchinari e attrezzature	h	600.000	150.000	150.000	900.000
Spese generali	i	60.000	60.000	60.000	180.000
Area formazione professionale	IV = l+m+n	148.000	146.000	146.000	440.000
Costo del personale	l	110.000	110.000	110.000	330.000
Macchinari e attrezzature	m	18.000	16.000	16.000	50.000
Spese generali	n	20.000	20.000	20.000	60.000
Area qualificazione e certificazione dei prodotti	V = o+p+q	305.000	135.000	135.000	575.000
Costo del personale	o	80.000	80000	80000	240.000
Macchinari e attrezzature	p	200.000	30000	30000	260.000
Spese generali	q	25.000	25000	25000	75.000
Costi di direzione	V	150.000	150.000	150.000	450.000
TOTALE	I + II + III + IV + V	1.743.000	1.071.000	1.061.000	3.875.000

8.2 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento e dei ricavi

Il progetto sarà finanziato attraverso fonti private, rappresentate dall'acquisto delle aziende dei servizi erogati dal centro e dal cofinanziamento attraverso i costi aziendali sopportati per la realizzazione di attività progettuali realizzate dal centro stesso per le varie tipologie di interventi (ricerca, trasferimento tecnologico e formazione), nonché da fonti pubbliche rappresentate dagli strumenti finanziari riportati nella seguente tabella:

Strumento di finanziamento attivabile	Asse di intervento	Obiettivi specifici dell'asse di intervento	Linea di intervento
FSE Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Adattabilità"	Sviluppare sistemi di formazione continua e l'adattabilità dei lavoratori Favorire l'innovazione e la produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del lavoro; Promuovere la competitività e l'imprenditorialità.	
FESR Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Promozione, valorizzazione e diffusione della ricerca e dell'innovazione per la Competitività"	Favorire la diffusione delle attività di ricerca nel sistema delle imprese; Sviluppare contenuti, applicazioni e servizi digitali avanzati.	Linea di intervento 1.1: "Sostegno alle attività di ricerca delle imprese" Linea di intervento 1.2: "Rafforzamento del potenziale scientifico – tecnologico della regione a sostegno della domanda delle imprese"
	Asse VI: "Competitività dei sistemi produttivi e occupazione"	Elevare la competitività dei sistemi produttivi, partendo dall'evoluzione del contesto competitivo e tecnologico e su una maggiore capacità di offerta di risorse qualificate.	Linea di intervento 6.1: "Interventi per la competitività delle imprese"
PON Ricerca e Competitività Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Sostegno ai mutamenti strutturali"	Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico per la transizione all'economia della conoscenza.	
	Asse II : "Sostegno all'innovazione"	Rafforzamento del contesto innovativo per lo sviluppo della Competitività	
FESR Puglia 2007 – 2013	Asse VI: "Competitività dei sistemi produttivi e occupazione"	Elevare la competitività dei sistemi produttivi, partendo dall'evoluzione del contesto competitivo e tecnologico e su una maggiore capacità di offerta di risorse qualificate.	Linea di intervento 6.1:" Interventi per la competitività delle imprese"
FSE Puglia 2007 – 2013	Asse I: "Adattabilità"	Sviluppare sistemi di formazione continua e l'adattabilità dei lavoratori; Favorire l'innovazione e la produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del lavoro; Promuovere la competitività e l'imprenditorialità.	

Ripartizione triennale delle entità di risorse pubbliche e private (Euro)

Descrizione	Formula	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Area Osservatorio e comunicazione	I = a+b	165.000	115.000	115.000	395.000
Fonti private	a	82.500	57.500	57.500	197.500
Fonti pubbliche	b	82.500	57.500	57.500	197.500
Area Design e Creatività	II = c+d	115.000	115.000	105.000	335.000
Fonti private	c	11.500	11.500	10.500	33.500
Fonti pubbliche	d	103.500	103.500	94.500	301.500
Area progettazione e fabbricazione rapida	III = e+f	860.000	410.000	410.000	1.680.000
Fonti private	e	172.000	82.000	82.000	336.000
Fonti pubbliche	f	688.000	328.000	328.000	1.344.000

Area formazione professionale	IV = g+h	148.000	146.000	146.000	440.000
Fonti private	g	29.600	29.200	29.200	88.000
Fonti pubbliche	h	118.400	116.800	116.800	352.000
Area qualificazione e certificazione dei prodotti	V = i+l	305.000	135.000	135.000	575.000
Fonti private	i	152.500	67.500	67.500	287.500
Fonti pubbliche	l	152.500	67.500	67.500	287.500
Costi di direzione e di gestione	VI =m+n	150.000	150.000	150.000	450.000
Fonti private	m	75.000	75.000	75.000	225.000
Fonti pubbliche	n	75.000	75.000	75.000	225.000
TOTALE	I + II + III + IV + V	1.743.000	1.071.000	1.061.000	3.875.000
<i>TOTALE Fonti private</i>		485.100	299.700	297.700	1.082.500
<i>TOTALE Fonti pubbliche</i>		1.257.900	771.300	763.300	2.792.500

9. Eventuali Allegati

(Delibere, Protocolli, Patrocini, ecc...)

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

2. Centro di ricerca, tecnologia e design per l'innovazione dei Dispositivi di Protezione Individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro - (DPI e Services Center)

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	16
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA	Commercializzazione capi	Via Bertani, 8 –	Via Bertani, 8 – Martina	1

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di Distretto"

FASHION – Giuseppe Ancona	spalla uomo - donna	Martina Franca - TA	Franca - TA	
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
VANPLAST srl – Alfredo Vania	Produzione di tacchi, zeppe e fondi per calzature	Via Barletta, 261 - Trani	Via Barletta, 261 - Trani	23
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
LIM srl – Domenico Maselli	Produzione fornitura gestione di biancheria in genere	Zona Industriale lotto 52 – Acquaviva delle Fonti - BA	Zona Industriale lotto 52 – Acquaviva delle Fonti - BA	32
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
BASE PROTECTION srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Bruxelles, 7 - Barletta	Via Bruxelles, 7 - Barletta	18
OVER TEAK srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 143 - Barletta	Via dell'Unione Europea, 28 - Barletta	81
Giuseppe Damato srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 70 - Barletta	Via Trani, 70 - Barletta	13
LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
Giuseppe Damato srl	Produzione calzature	Via Trani, 70/C - Barletta	Via Trani, 70/C - Barletta	13
IVR srl – Giuseppe	Abbigliamento per bambini	Via M.	Via M. Mummolo -	2

Vario		Mummolo - Putignano	Putignano	
Nocese Manifatture srl – Antonio Maiellaro	Abbigliamento maschile	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	40
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA”

Progetto
MOTRACK
Tecnologie ICT per la tracciabilità di prodotto nel
settore MODA

1. Titolo dell'intervento

MOTRACK - Tecnologie ICT per la tracciabilità di prodotto

2. Tipologia dell'intervento

X Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale

X Innovazione

☐ Formazione

☐ Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

CETMA

Unisalento

Webscience s.r.l.

Politecnico di Bari – DIMEG, laboratorio di Prototipazione Rapida e Reverse Engineering.

4. Dati indicativi del capofila

Indirizzo: S.S. 7 Appia Km 706+030

Legale rappresentante: Mauro BASILI

Telefono 0831 449111 Fax 0831449317 e-mail direzione@cetma.it

Responsabile della proposta di Progetto: Lucio Colizzi

Telefono 0831 449400 Fax 0831449317 e-mail lucio.colizzi@cetma.it

5. Localizzazione dell'intervento

Regione PUGLIA

6. Area di Interesse dell'intervento

☐ Comune

☐ Provincia

X Regione

☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

L'RFID (acronimo di Radio Frequency IDentification o Identificazione a radio frequenza) è una tecnologia per la identificazione automatica di oggetti, animali o persone (AIDC Automatic Identifying and Data Capture) basata sulla capacità di memorizzare e accedere a dati usando etichette RFID o transponders o tags e lettori.

Il sistema si basa sulla lettura a distanza di informazioni contenute in un tag RFID usando dei lettori RFID.

Un tag RFID è costituito da:

- un microchip che contiene dati (tra cui un numero univoco universale scritto nel silicio)
- una antenna
- può essere dotato o meno di una batteria (rfid attivo e passivo)

Un tag è in grado di ricevere e di trasmettere via radiofrequenza le informazioni contenute nel chip ad un transceiver RFID.

Negli ultimi anni la procedura di riconoscimento automatico (Auto ID) ha suscitato molto interesse e si sta sviluppando in ogni settore industriale, da quello di acquisto e distribuzione di servizi logistici a quello industriale, manifatturiero, metalmeccanico.

La tecnologia RFID è considerata per la sua potenzialità di applicazione una tecnologia general purpose (come l'elettricità, la ruota, etc) e presenta un elevato livello di pervasività, ovvero una volta trovata una applicazione in un punto della filiera, l'applicazione ed i benefici si propagano velocemente a monte e a valle della stessa. Con gli RFID, grazie allo sviluppo passato delle tecnologie dell'informazione e di internet, è possibile creare una "internet of things", ovvero mettere in rete oggetti o cose.

Lo scopo del progetto è quello di sperimentare nel distretto della moda nuove tecnologie di tracciamento basate sull'identificazione a radiofrequenza. Nel settore della moda sono infatti diverse le possibili declinazioni e finalità delle tecnologie rfid: conoscere tempi di produzione, avere inventari real time, conoscere gli indici di rotazione dei prodotti, conoscere l'esatto mix dei prodotti esposti negli store, conoscere le abitudini di acquisto dei consumatori, evitare le rotture di stock, semplificare il check in/out della merce negli store, anti-taccheggio, anti parallelismo.

Nell'ambito del processo di sviluppo prodotto, le fasi potenzialmente adatte ad essere supportate dalle tecnologie rfid sono: il confezionamento, il disimballaggio, la spedizione, il ricevimento e il monitoraggio delle merci attraverso l'intera supply chain, dal momento della produzione fino alla vendita al consumatore finale.

L'acquirente infatti ha la possibilità di certificare l'autenticità dei prodotti attraverso l'adozione di un sistema di verifica basato su di un codice matricolare inserito nel prodotto e la tecnologia rfid integrata con web application.

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Uno dei traguardi che il comparto intende raggiungere riguarda l'incremento della capacità di realizzare prodotti che possano essere facilmente distinguibili da quelli dei Paesi emergenti, con i quali è difficile confrontarsi e competere sul fattore "prezzo". Lo sforzo che il comparto deve svolgere dunque riguarda l'innovazione di prodotto, attraverso attività di ricerca e sviluppo e trasferimento tecnologico finalizzate non solo all'uso di materiali innovativi, ma anche all'innovazione di processo.

La presente proposta è in perfetta coerenza con l'**Obiettivo generale** riguardante il **"Azioni di supporto alla crescita del sistema di aziende del distretto"** del Programma

di Sviluppo, in particolare essa risponde agli **Obiettivi specifici**, relativi alle **"Azioni di sostegno alla creatività"**, **"Intreccio di filiere produttive"** e i **"Processi di tracciabilità dei prodotti"** ed all'**Obiettivo generale**, relativo al **"Rafforzamento delle imprese"**, in particolare essa risponde all'Obiettivo specifico, relativo all' **"infrastruttura tecnologica aziendale"** ed alle azioni ad esso corrispondenti.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Gli obiettivi del progetto possono essere classificati in obiettivi quantitativi e qualitativi.

Obiettivi Qualitativi:

- ☐ Aumentare la conoscenza delle nuove tecnologie di tracciamento nel comparto nell'ambito del Distretto della Moda in Puglia;
- ☐ Vagliare e sperimentare casi d'uso nelle diverse fasi del processo di sviluppo prodotto
- ☐ Aumentare l'integrazione di filiera
- ☐ Aumentare il controllo di filiera
- ☐ Ottimizzare la supply chain
- ☐ Rafforzare il marchio Made in Italy e specificatamente la produzione Pugliese
- ☐ Rafforzare la qualità totale del comparto moda puglia
- ☐ Innalzare il libello di penetrazione internazionale delle imprese del distretto grazie all'adozione di standard internazionali per l'atracciabilità

Obiettivi quantitativi

- ☐ Riduzione dei costi complessivi del ciclo di vita dello sviluppo prodotto andando ad incidere su quelle fasi che avrebbero maggior vantaggio da sistemi di tracking
- ☐ Riuscire ad integrare le potenzialità di tracciamento con funzioni fruibili via web (esempio: integrazione con centri servizi come il DDTA – tessilpuglia), costruite ad hoc per la creazione di marketplace di settore
- ☐ Individuare e risolvere problematiche di embedding di tag rfid su tessuti ed accessori compatibili con il ciclo di vita del prodotto di moda
- ☐ Aggregare intorno all'idea progettuale almeno 30 aziende operanti nel settore moda in Puglia
- ☐ Definire una metodologia per la dismissione del capo di abbigliamento taggato

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Di seguito si riporta la struttura dei wp previsti e per ogni wp l'elenco delle attività.

WP1 Scouting sulle tecnologie rfid e sugli standard internazionali

Esistono diversi standard, quansi tutti redatti dall'ISO, che descrivono le caratteristiche e l'operatività dei sistemi di identificazione a radiofrequenza. Nel presente wp si procederà ad una analisi dettagliata delle caratteristiche tecniche descritte nei vari standard. I risultati saranno utili informazioni in input per i pacchetti di lavoro successivi, in quanto l'analisi degli standard conseterà i avere un quadro chiaro su diversi aspetti del mondo rfid, in particolare:

- ☐ Interoperabilità
- ☐ Bande di frequenza
- ☐ Potenze di trasmissione del segnale

- Caratteristiche per la salvaguardia della salute

Attività previste nel wp1

- 1.1 Scouting sulle normative e standard ISO
- 1.2 Scouting su altri standard in fase di definizione
- 1.3 Scouting su brevetti e ritrovati
- 1.4 Scouting sulle tecnologie disponibili a mercato
- 1.5 Auditing sulle imprese ed operatori di settore e definizione dei bisogni/opportunità
- 1.6 Analisi dei servizi disponibili su centri servizi consolidati regionali/Nazionali/internazionali

WP2 Studio dell'integrazione di sensori rfid in capi di abbigliamento e calzature e relative metodologie di progettazione

All'interno del presente WP verranno analizzate le problematiche di integrazione dei sensori rfid e sviluppate soluzioni coerenti con i processi produttivi dei capi d'abbigliamento. La progettazione dell'integrazione sarà finalizzata alla compatibilità richiesta dai sensori con i materiali individuati per la realizzazione di "pelli estetiche" e tasche contenitore ricavate mediante apposite lavorazioni dei tessuti. Si analizzeranno, inoltre, le modalità di integrazione all'interno di componenti "solide" tipiche del settore, quali bottoni, fibie, colli rigidi, marchi applicati. Lo studio riguarderà principalmente l'annegamento dei sensori attraverso processi di stampaggio dei materiali polimerici e sarà inoltre finalizzato alla progettazione di elementi/sensori caratterizzati da sistemi di assemblaggio intuitivi e sicuri in grado di garantire le performance dei sensori e la rimozione a fine ciclo vita.

Particolarmente rilevante sarà l'attività di integrazione nel settore calzaturiero, all'interno del quale si prevede l'utilizzo di tecnologie per la prototipazione rapida di suole con scavi ed innesti per i sensori rfid.

Obiettivo principale del presente WP sarà l'individuazione di metodologie e tecniche che, a partire da una rosa ampia dei tessuti e dei componenti maggiormente utilizzati nel settore TAC, possano condurre le imprese ad investimenti mirati per l'integrazione senza compromettere lo stile o il design complessivo dei capi, così come il comfort o la perdita di informazioni generati da sistemi di assemblaggio non durabili.

Per il raggiungimento dei suddetti obiettivi si utilizzeranno metodologie specifiche di sviluppo prodotto, tecniche per la generazione concept, ingegnerizzazione attraverso sistemi CAD-CAM e tecniche di prototipazione per la validazione ed il test delle soluzioni.

- 2.1 Analisi delle problematiche di integrazione dei sensori
- 2.2 Progettazione concettuale di sistemi e componenti con sensori integrati
- 2.3 Progettazione a livello di dettaglio dei concept selezionati
- 2.4 Prototipazione di sistemi e componenti

WP3 Studio dei processi aziendali: analisi as-is a livello azienda e comparto

Nei comparti ad economia e mercato consolidati come quelle della moda, le opportunità di innovazione, derivanti dall'iniezione di nuove tecnologie o dallo sfruttamento di risultati di ricerca industriale, devono essere indotte facendo emergere i reali bisogni attraverso una azione di *push* dal basso. Ciò può essere fatto analizzando ogni singola fase del processo di sviluppo prodotto.

In questo wp si procederà ad una azione di analisi dei processi as-is, mutuando gli approcci metodologici del Business Process Reengineering (BPR). Dal punto di vista formale ogni processo sarà rappresentato attraverso lo standard IDEF nella versione che il gruppo di ricerca riterrà più congruo rispetto alle informazioni da evidenziare. Ogni sottoprocesso o fase viene pertanto rappresentato come un insieme di input che vengono trasformati in output grazie a specifiche risorse e supervisionati da un set ben definito di vincoli. Lo schema IDEF costituirà la base per l'avvio di una analisi volta a far emergere possibilità di innovazione di processo e di prodotto grazie all'introduzione di tecnologie di tracciamento.

L'interazione con le imprese e con gli stakeholder sarà supportata da tools in grado di snellire alcune delle fasi, come ad esempio la sottomissione di questionari specifici.

- 3.1 Sviluppo di una piattaforma web a supporto delle attività di auditing verso gli operatori di settore
- 3.2 Auditing aziendale e studio dei processi di produzione, approvvigionamento e vendita
- 3.3 Formalizzazione dei processi attraverso lo standard IDEFx
- 3.4 Formalizzazione dei processi interaziendali
- 3.5 Analisi AS-IS

WP4 Business Process Reengineering per l'introduzione delle tecnologie di tracciamento (scenario TO-BE)

Il WP4 è dedicato alla seconda fase del BPR ovvero quella in cui i processi aziendale vengono ridisegnati evidenziando le innovazioni introdotte dalle tecnologie di tracciamento. Lo schema risultante sarà sempre un IDEF in cui viene formalizzato lo scenario TO-BE, nello stesso modo viene introdotta una metodologia di gestione del cambiamento, un cui si delineeranno anche le modalità di sperimentazione in casi concreti. Oltre alla riprogettazione dei processi si dedicherà anche una specifica attività all'individuazione di un set di indici che siano in grado di fornire una misura delle performance in quelle fasi di processo che impiegano le tecnologie di tracciamento. Le performance saranno sia di tipo quantitativo che qualitativo, poiché si riferiscono non solo a tempi e costi ma anche ad aspetti intangibili come il design ed il confort di capi che annegano tali tecnologie.

- 4.1 BPR e cambiamento organizzativo per l'introduzione delle tecnologie di tracciabilità
- 4.2 BPR e cambiamento dei processi per l'introduzione delle tecnologie di tracciabilità
- 4.3 BPR ed introduzione delle tecnologie di tracciabilità
- 4.4 Metodologie di misura delle efficienze di processo a valle dell'introduzione delle tecnologie di tracciamento
- 4.5 Analisi TO-BE

WP5 Sviluppo di piattaforme pilota

Tag nelle scarpe, tag annegati nei bottoni, nei tessuti ed in alcuni accessori. Rfid nelle linee di produzione, nei vettori di trasporto, nella gestione dei magazzini. Sono veramente tante le possibilità di sviluppo di dimostratori delle tecnologie di tracciamento, e tanti casi applicativi sono ormai best practices internazionali. In questo wp, le imprese aderenti al distretto parteciperanno attivamente alla definizione delle funzioni specifiche che i

dimostratori dovranno garantire in specifiche fasi del loro sviluppo prodotto. Alcune funzioni, saranno integrate come servizi web anche disponibili attraverso le interfacce di un centro servizi (DDTA) nato già in Puglia per aggregare le imprese del settore.

Per comporre l'intera piattaforma che sia in grado di erogare i servizi innovativi proposti dal progetto è necessario creare due sottosistemi che possano evolvere in modo indipendente ma che facciano riferimento a standard di comunicazione interoperabili.

WP5.1 Sviluppo del sottosistema di tracciabilità e rintracciabilità.

L'obiettivo di questo modulo è la progettazione e sviluppo di un prototipo di piattaforma di servizi adattativi, conforme ed integrato con lo standard EPC-Global, capace di garantire la tracciabilità e rintracciabilità dei capi nell'intera filiera. Il sistema sarà in grado di operare in logica distribuita (P2P) oppure centralizzata in modo da adattarsi al meglio alle esigenze degli attori che sfrutteranno i servizi. Il sistema arriverà ad estendersi fino ad un insieme di adapter/connector che consentiranno una rapida connessione ai sistemi informativi esistenti tra gli attori della filiera, richiedendo semplici interfacce XML. I principali moduli che saranno esposti dalla piattaforma di tracciabilità e rintracciabilità possono essere così elencati:

- Certificate Profile (per la certificazione elettronica della qualità dei prodotti);
- Discovery Service / Object Name Service (per la rintracciabilità dei prodotti);
- EPC Information Service (per la tracciabilità dei prodotti).

5.1.1 Analisi preliminare e progettazione di massima

5.1.2 Progettazione esecutiva dei dimostratori

5.1.3 Sviluppo ed integrazione dei dimostratori

5.1.4 Test e validazione

5.1.5 Integrazione di servizi di tracciamento in piattaforme attive gestite da centri servizi esistenti

WP5.2 Sviluppo del sottosistema di trasporto di informazioni e interoperabilità.

I nuovi scenari operativi che la tecnologia RFId induce sull'intera filiera richiede il supporto a modalità di collaborazione tra attori basate sullo scambio di flussi informativi tramite il canale Internet e, eventualmente, differenti dispositivi (PC, PDA, Tablet, fax via web, ecc.). E' quindi necessario che la piattaforma di servizi offra un insieme di strumenti di integrazione Business to Business efficaci e innovativi. Tali strumenti sono inclusi in un sottosistema di trasporto di informazioni e interoperabilità, ortogonale al sottosistema di tracciabilità e rintracciabilità. La codifica delle informazioni riguardanti i messaggi di business che gli attori della filiera si potranno scambiare con il sottosistema di trasporto e interoperabilità faranno uso di standard di tecnologici e di filiera standard e ampiamente disponibili (vedi UBL – Universal Business Language e MODA-ML per il quale l'Università del Salento è parte del comitato promotore fin dalla sua prima ideazione, che ha origine nel settembre del 1999). In modo analogo al sottosistema di tracciabilità e rintracciabilità, i servizi di trasporto e interoperabilità saranno in grado di operare in modalità distribuita (P2P) e centralizzata, così da soddisfare le esigenze di sicurezza e riservatezza degli attori. Anche qui, i sistemi arriveranno ad estendersi fino ad un insieme di adapter/connector che consentiranno una rapida connessione ai sistemi informativi

esistenti tra gli attori della filiera, richiedendo semplici interfacce XML. I principali moduli che saranno esposti dalla piattaforma di trasporto e interoperabilità possono essere così elencati:

- Discovery Service / Registry Service (per la selezione dei partner e la negoziazione automatica delle modalità e dei canali di collaborazione);
- Request Manager / Registry Client (per ottenere informazioni dettagliate sulle credenziali di e-business);
- Message Service Handler (per lo scambio di messaggi di business).

5.2.1 Analisi preliminare e progettazione di massima

5.2.2 Progettazione esecutiva dei dimostratori

5.2.3 Sviluppo ed integrazione dei dimostratori

5.2.4 Test e validazione

5.2.5 Integrazione di servizi di trasporto e interoperabilità in piattaforme attive gestite da centri servizi esistenti

WP6 Strategie di Life Cycle Design per la riduzione dell'impatto ambientale del capo di abbigliamento taggato

La minimizzazione e la scelta di risorse a basso impatto ambientale rappresentano un obiettivo per tutte le fasi del ciclo di vita dei prodotti.

In particolare all'interno del presente WP verranno analizzate ed attuate tutte le strategie che, permettendo di soddisfare tutti i requisiti tipici di progettazione di un prodotto (prestazionali, tecnologici, economici, legislativi ed estetici) consentano anche di ottenere un' integrazione tra i sensori rfid e i capi di abbigliamento che permetta:

- La minimizzazione delle risorse: riduzione di materiali ed energia
- La scelta di risorse e processi a basso impatto ambientale: selezionare i materiali, i processi e le fonti energetiche a maggiore eco compatibilità
- L'ottimizzazione della vita dei prodotti
- L'estensione della vita dei materiali: valorizzare i materiali dismessi

La facilitazione del disassemblaggio: facilitare la separazione di parti e materiali

6.1 Analisi delle strategie di Lyfe Cicle Design

6.2 Individuazione delle strategie applicabili nel settore TAC

6.3 LCA dei concept selezionati nel WP3

WP7 Sperimentazione dei dimostratori ed azioni di Trasferimento Tecnologico

I dimostratori sviluppati e testati nel wp5 saranno in questo wp validati all'interno di alcune imprese aderenti al distretto della moda Pugliese. La sperimentazione riguarderà specifiche fasi di processo di sviluppo prodotto, ovvero quelle risultanti dall'analisi to-be in output al wp4, ovvero quelle fasi che maggiormente potrebbero godere dei benefici di un tracciamento di capo, o tracciamento di processo. La validazione riguarderà non solo gli aspetti di ingegneria del software ma anche aspetti di processo volti a verificare soluzioni di embedding e dismissione del capo taggato.

Un aspetto importante del wp è rappresentato dai feedback che la sperimentazione può portare alle fasi precedenti di analisi, e sviluppo metodologico in quanto la sperimentazione farà certamente emergere criticità utili al miglioramento degli scenari to-be che ovviamente

comprendono anche il roll out di queste tecnologie ed il loro trasferimento tecnologico a tutto il comparto moda del territorio pugliese. Le azioni di trasferimento saranno effettivamente l'ultimo atto del progetto, che vedrà gli stakeholder interessati, come le associazioni di categoria, attive accanto alle imprese promotrici ed i centri di ricerca pubblici e privati nella disseminazione dei risultati affinché il progetto si configuri realmente come una azione di sistema.

7.1 Definizione degli elementi di dettaglio delle fasi di sperimentazione dei dimostratori

7.2 Sperimentazione dei dimostratori

7.3 Feedback sui processi ed affinamento delle metodologie e tecnologie

7.4 Affinamento dei dimostratori

7.5 Auditing per il trasferimento tecnologico ed animazione territoriale

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

L'investimento previsto per la realizzazione del progetto, dei dimostratori e delle attività di trasferimento tecnologico è di **€ 3.500.000**.

	RI	SS	TT	totale
WP1	300.000,00			300.000,00
WP2	500.000,00			500.000,00
WP3	200.000,00			200.000,00
WP4	500.000,00			500.000,00
WP5.1	300.000,00	150.000,00		450.000,00
WP5.2	500.000,00	150.000,00		650.000,00
WP6	400.000,00			400.000,00
WP7		350.000,00	150.000,00	500.000,00
totale	2.700.000,00	650.000,00	150.000,00	3.500.000,00

8.2 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013[‡], POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico*", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)

Per il finanziamento della presente proposta, si può fare riferimento alle risorse del PON Ricerca e Competitività 2007-2013, essendo il progetto proposto in linea con quanto previsto dall'*Obiettivo Specifico 1.1 "Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico per la transizione all'economia della conoscenza", Obiettivo Operativo 1.1.1 "Aree scientifico-tecnologiche generatrici di processi di trasformazione del sistema produttivo e creatrici di nuovi settori"*.

Nello specifico, si può ritenere che, nell'ambito degli Accordi di Programma Quadro fra MIUR e Regione Puglia, si finanzino progetti di ricerca e sviluppo sulle tematiche riguardanti l'ICT.

Lo strumento operativo è l'art. 12 DM 593/2000, mentre la definizione delle aliquote di finanziamento avverrà sulla base della Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01), ai sensi di quanto previsto al punto 5, sotto-punti 5.1.2, 5.1.3.

Pertanto, i co-finanziamenti a carico dei soggetti attuatori del progetto varieranno in funzione della tipologia degli stessi e della sussistenza di eventuali requisiti per la concessione di ulteriori agevolazioni.

Ulteriore possibile fonte di finanziamento sono le risorse del POR FESR 2007-2013, essendo il progetto proposto in linea con quanto previsto dall'Asse I "Promozione, valorizzazione e diffusione della ricerca e dell'innovazione per la competitività" e dell'Asse VI "Competitività dei Sistemi Produttivi e occupazione".

In questo caso, lo strumento operativo di riferimento è il **Regolamento generale dei regimi di Aiuto in esenzione** che, a sua volta, si richiama esplicitamente alla Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01).

In questa fase preliminare, si può stimare un finanziamento richiesto pari al 50% dei costi ammissibili.

Il presente progetto si configura come intervento di Sistema ed i relativi risultati attesi costituiranno un patrimonio di tutto il Sistema Distrettuale che potrà pienamente beneficiarne.

8.4 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

Il progetto sarà gestito attraverso una struttura composta da un *Comitato scientifico di progetto*, che svolgerà le seguenti funzioni:

- gestione dei rapporti con l'ente erogatore del finanziamento
- supervisione e coordinamento generale dei singoli team di progetto

Ciascun team di progetto sarà coordinato da un "team leader" responsabile delle attività svolte per ciascun pacchetto di lavoro e capace di interfacciarsi con i singoli "task leader", responsabili a loro volta di specifiche linee di attività.

[‡] Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

Il CETMA, che si propone come soggetto capofila, nel corso degli anni, ha sviluppato ed affinato capacità di programmazione, gestione di progetti complessi e multidisciplinari, di problem solving attraverso le numerose esperienze in Progetti di ricerca indipendenti.

Il Consorzio CETMA è un consorzio operativo tra enti pubblici di ricerca ed aziende private che si configura come organismo di ricerca applicata sui materiali avanzati e le relative tecnologie di lavorazione, sulle tecniche e i metodi innovativi di design, progettazione e produzione. È un soggetto senza scopo di lucro e tutti i suoi utili sono reinvestiti in attività di ricerca e di formazione. Il CETMA è fra i più grandi centri di ricerca privati in Italia, in termini di numero di addetti, tenendo conto dell'indagine ISTAT 2001 che censisce solamente 35 unità con più di 50 addetti su oltre 7000 unità locali private appartenenti alla categoria ATECO 73100 (Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze naturali e dell'ingegneria).

Il Consorzio CETMA, grazie a notevoli **investimenti in R&S** (negli ultimi tre anni ha impegnato **ogni anno oltre 6 milioni di euro** in progetti di ricerca finanziati in parte dal MiUR e dall'UE e in parte dai propri consorziati) ha accumulato rilevanti capacità nel campo delle tecnologie dei **materiali avanzati** (compositi, ceramici, ibridi), in quello delle più avanzate **tecniche di progettazione e simulazione** (analisi CAE, realtà virtuale, progettazione condivisa ed assistita) e in quello dello **sviluppo di software** per applicazioni industriali.

Il CETMA, attraverso la valorizzazione e l'integrazione delle competenze interne alle tre divisioni MAST, INFO, DIN, sviluppa soluzioni innovative riguardanti materiali, processi, componenti e sistemi per applicazioni nell'industria e nei servizi.

- La Divisione di Ingegneria dei Materiali e delle Strutture ha il compito di coordinare e svolgere attività di ricerca applicata nel settore dei **materiali avanzati**, favorendo lo **sviluppo di prodotti e processi innovativi**.
- La Divisione di Ingegneria Informatica ha la finalità di promuovere attività di ricerca industriale applicata nell'ambito delle **Tecnologie Informatiche** e della **Comunicazione**. In particolare sviluppa sistemi informatici ed informativi avanzati in contesti applicativi inerenti la progettazione ingegneristica, la logistica, i trasporti, la gestione della conoscenza, la realtà virtuale e data processing, la visualizzazione avanzata.
- La divisione di Disegno Industriale opera in stretta sinergia con le altre divisioni fornendo le proprie competenze in ogni fase dello "**sviluppo prodotto**", dalla progettazione grafica indirizzata a differenti campi di applicazione, allo sviluppo di nuove metodologie tecnico-applicative nel campo della modellazione virtuale e la prototipazione CAD nonché alla produzione di contributi audio-video soprattutto come ricerca in campo multimediale.

9. Cronoprogramma e Procedure

9.1 Cronoprogramma dell'intervento

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35	M36
WP1																																				
WP2																																				
WP3																																				
WP4																																				
WP5																																				
WP6																																				
WP7																																				

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

3. MOTRACK - Tecnologie ICT per la tracciabilità di prodotto nel settore MODA

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 – Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 – Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 – Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. – Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 – Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca – TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca – TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. – Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca – TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION	Produzione capi spalla	Via Tridente n.	Strada Prov.le per Mottola	80

– Giovanni Trivisano	uomo - donna	22 – Bari	km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	
LIM srl – Domenico Maselli	Produzione fornitura gestione di biancheria in genere	Zona Industriale lotto 52 – Acquaviva delle Fonti – BA	Zona Industriale lotto 52 – Acquaviva delle Fonti - BA	32
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 – Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T – Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 – Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
ERRETIEFFE di Ricco Teresa	Produzione abbigliamento neonati	Via Cav. Del Lavoro, 1 – Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	9
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 – Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo – Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 – Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile – LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

**PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA”**

SCHEDA DI PROGETTO

TESSINN

Sviluppo di Tessuti funzionali Innovativi

1. Titolo dell'intervento

Sviluppo di tessuti funzionali innovativi

2. Tipologia dell'intervento

X Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale

☐ Innovazione

☐ Formazione

☐ Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

Consorzio Cetma, Università del Salento e altre aziende del distretto

4. Dati indicativi del capofila

I Indirizzo: c/o Cittadella della Ricerca S.S.7-km 706+030

Legale rappresentante: Dott. Basili Mauro

Telefono 0831.449.111 Fax 0831.449.120 e-mail info@cetma.it

Responsabile della proposta di Progetto: Francesca Feline

Telefono 0831.449.407 Fax 0831.449120 e-mail francesca.feline@cetma.it

5. Localizzazione dell'intervento

Regione Puglia

6. Area di Interesse dell'intervento

☐ Comune

☐ Provincia

☐ Regione

X Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

Scopo del presente progetto è lo sviluppo di tecnologie per la funzionalizzazione di filati e/o tessuti sia naturali che artificiali per migliorare le proprietà **estetico-funzionali** quali *proprietà antibatteriche, idrorepellenza, oleorepellenza, antimacchia, tingibilità, comfort, sicurezza e resistenza all'abrasione* per la realizzazione di tessuti e capi caratterizzati da un elevato valore aggiunto.

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Attualmente, le carenze di capacità innovativa delle imprese rappresentano una delle principali ragioni che aggrava ulteriormente i livelli di competitività del sistema produttivo pugliese.

Per il settore tessile, già da molti anni considerato maturo, l'**innovazione di prodotto e di processo** costituisce una fondamentale alternativa strategica per fronteggiare la crescente pressione della concorrenza dei paesi emergenti.

Le strategie adottabili dalle imprese, nell'area legata alla tecnologia, sono quelle di innovare realizzando un **prodotto percepito come nuovo**: per aspetto, caratteristiche e prestazioni;

Pertanto nell'ambito del presente progetto si studieranno e metteranno a punto tecnologie per **funzionalizzazione** di tessuti e filati per il miglioramento delle **proprietà estetiche e funzionali** quali:

- antibatteriche
- idro/oleo repellenza
- tingibilità
- comfort
- resistenza all'abrasione
- sicurezza (antistaticità, anti-UV, barriera al calore)

Si individueranno e metteranno a punto tecnologie innovative di finissaggio superficiale dei tessuti e dei filati, quali trattamenti al plasma, laser, electron beam, ecc. in grado di fissare alla superficie delle fibre agenti funzionalizzanti in grado di conferire ai prodotti tessili proprietà innovative.

Il punto chiave dell'attività di ricerca sarà lo studio dell'adesione dell'agente funzionale sulla superficie del tessuto e/o del filato potendo così resistere alle azioni fisiche e chimiche cui il capo tessile è sottoposto.

La presente proposta è in perfetta coerenza con l'**Obiettivo generale**, riguardante il **"Azioni di supporto alla crescita del sistema delle aziende del distretto"** del Programma di Sviluppo, in particolare essa risponde all'**Obiettivo specifico**, relativo alle **"Azioni di sostegno alla creatività"**.

Inoltre la presente proposta è in coerente con l'**Obiettivo generale**, relativo al **"Rafforzamento delle imprese"**, in particolare essa risponde all'**Obiettivo specifico**, relativo all' **"innovazione di prodotto"** ed alle azioni ad esso corrispondenti.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Spesso la mancanza e/o difficoltà di innovazione delle imprese è spesso un problema di tipo culturale perché l'impresa non è in grado di capire le potenzialità della ricerca o il suo reale valore, e spesso chi fa ricerca non riesce a comprendere le procedure fondamentali dell'azienda e del mercato di riferimento. Si pone pertanto l'esigenza di far parlare due mondi diversi quali appunto quello degli imprenditori e quello degli scienziati; dalla capacità di dialogo tra questi due mondi spesso deriva il risultato di un risultato positivo di una innovazione tecnologica.

Il Distretto, grazie all'apporto dei centri di ricerca pubblici e privati e delle università afferenti, può favorire le attività di trasferimento tecnologico per sostenere lo sviluppo

dell'intero sistema e favorendo l'incontro tra le potenzialità dei risultati della ricerca e la capacità di fare delle imprese del settore.

Nella presente proposta si attendono risultati relativi allo **sviluppo di prototipi** i quali sfrutteranno l'innovazione generata nella ricerca dei tessuti funzionali all'interno di prodotti industriali, capi di abbigliamento e accessori **di interesse per le aziende della filiera del distretto**. Non si escludono **eventuali applicazioni** dei risultati della ricerca in **settori merceologici differenti** allo scopo di consentire alle stesse imprese di **diversificare la produzione attuale**. In tal modo le **imprese** verranno messe nella condizione, grazie all'apporto dei centri di ricerca pubblici e privati e delle università, di attuare **processi di sviluppo prodotto** e di immettere sul mercato beni ad alto contenuto tecnologico e a elevato valore aggiunto.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

- Attività 1: Individuazione del mercato di riferimento ed analisi delle normative di riferimento
- Attività 2: Scouting tecnologico e brevettuale dei trattamenti di funzionalizzazione dei tessuti e filati
- Attività 3: Individuazione e messa a punto dei trattamenti superficiali di funzionalizzazione dei tessuti
- Attività 4: Implementazione delle soluzioni tecnologiche individuate
- Attività 5: Progettazione concettuale, ingegnerizzazione e realizzazione di prototipi dimostratori

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Attività'	Costo
Attività 1: Individuazione del mercato di riferimento ed analisi delle normative di riferimento	€ 60.000,00
Attività 2: Scouting tecnologico e brevettuale dei trattamenti di funzionalizzazione dei tessuti e filati	€ 80.000,00
Attività 3: Individuazione e messa a punto dei trattamenti superficiali di funzionalizzazione dei tessuti	€ 200.000,00
Attività 4: Implementazione delle soluzioni tecnologiche individuate	€ 80.000,00
Attività 5: Progettazione concettuale, ingegnerizzazione e realizzazione di prototipi dimostratori	€150.000,00
TOTALE	€ 570.000,00

8.2 descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013[§], POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico*", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)

Per il finanziamento della presente proposta, si può fare riferimento alle risorse del PON Ricerca e Competitività 2007-2013, essendo il progetto proposto in linea con quanto previsto dall'Obiettivo Specifico 1.1 "Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico per la transizione all'economia della conoscenza", Obiettivo Operativo 1.1.1 "Aree scientifico-tecnologiche generatrici di processi di trasformazione del sistema produttivo e creatrici di nuovi settori".

Nello specifico, si può ritenere che, nell'ambito degli Accordi di Programma Quadro fra MIUR e Regione Puglia, si finanzino progetti di ricerca e sviluppo sulle tematiche riguardanti l'ICT.

Lo strumento operativo è l'art. 12 DM 593/2000, mentre la definizione delle aliquote di finanziamento avverrà sulla base della Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01), ai sensi di quanto previsto al punto 5, sotto-punti 5.1.2, 5.1.3.

Pertanto, i co-finanziamenti a carico dei soggetti attuatori del progetto varieranno in funzione della tipologia degli stessi e della sussistenza di eventuali requisiti per la concessione di ulteriori agevolazioni.

Ulteriore possibile fonte di finanziamento sono le risorse del POR FESR 2007-2013, essendo il progetto proposto in linea con quanto previsto dall'Asse I "Promozione, valorizzazione e diffusione della ricerca e dell'innovazione per la competitività" e dell'Asse VI "Competitività dei Sistemi Produttivi e occupazione".

In questo caso, lo strumento operativo di riferimento è il **Regolamento generale dei regimi di Aiuto in esenzione** che, a sua volta, si richiama esplicitamente alla Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01).

In questa fase preliminare, si può stimare un finanziamento richiesto pari al 50% dei costi ammissibili.

Il presente progetto si configura come intervento di Sistema ed i relativi risultati attesi costituiranno un patrimonio di tutto il Sistema Distrettuale che potrà pienamente beneficiarne.

8.3 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

➤ **II CETMA**

Il CETMA è un **consorzio** operativo tra enti pubblici di ricerca ed aziende private che si configura come **organismo di ricerca applicata** sui materiali avanzati e le relative tecnologie di lavorazione, sulle tecniche e i metodi innovativi di design, progettazione e produzione. È un soggetto **senza scopo di lucro e tutti i suoi utili sono reinvestiti in attività di ricerca e di formazione**.

[§] Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

Il CETMA conta oltre 75 addetti e, in tal senso, si pone fra i più grandi centri di ricerca privati in Italia tenendo conto che l'ISTAT nel 2001 ha censito solamente 35 centri con più di 50 addetti su oltre 7000 unità locali private appartenenti alla categoria ATECO 73100 (Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze naturali e dell'ingegneria).

➤ I soci

I soci del CETMA sono:

- ENEA 51%
- Università di Lecce 5%
- D'Appolonia SpA 13%
- Infobyte SpA 11%
- Telcom SpA 11%
- Alfa Edile S.r.l. 5%
- Cemit S.r.l. 2%
- Igeam S.r.l. 2%

➤ La visione

Il CETMA opera nella piena consapevolezza di quanto sia importante **l'innovazione per lo sviluppo economico e sociale** della nostra società, ma anche di quanto questa sia un **processo complesso, rischioso e multidisciplinare** che richiede **l'interazione e la cooperazione** dei diversi attori coinvolti.

Il CETMA si pone come **elemento di raccordo** e di integrazione tra i diversi operatori dell'innovazione: **produttori, utilizzatori e mediatori di conoscenza**.

➤ La missione

Il CETMA persegue la sua missione **accrescendo ed integrando** discipline **pervasive ed abilitanti** quali:

- Ingegneria dei **materiali**
- Ingegneria **informatica**
- **Design** industriale

Utilizzando in **forma integrata** queste specifiche competenze, esso è in grado di porsi come un **centro multidisciplinare di sviluppo prodotto**.

➤ La produzione

Il **valore annuale della produzione** si aggira intorno ai **10-12 milioni** di euro. La produzione è costituita per una quota pari al **60-70% da progetti di ricerca** i cui finanziamenti derivano **in parte da fondi pubblici** nazionali e comunitari generalmente acquisiti con procedure concorsuali (partecipazione a bandi), **in parte dal cofinanziamento dei soci e in parte dall'autofinanziamento del consorzio**.

La restante parte (**30-40%**) della produzione è costituita da **attività di ricerca e di ingegneria avanzata commissionata da aziende ed enti**.

In altri termini, si può affermare che il **know-how prodotto** con i propri investimenti in progetti di ricerca, **viene trasferito** ai propri clienti per favorirne i processi di innovazione e competitività.

9. Cronoprogramma e Procedure

9.1 Cronoprogramma dell'intervento

M	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
A1																								
A2																								
A3																								
A4																								
A5																								

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

4. TESSINN - Sviluppo di Tessuti funzionali Innovativi

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80

BARBETTA srl – Carmine Luciano Barbetta	Fornitura di servizi alle aziende della moda	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	49
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA”

SCHEDA DI PROGETTO
CO.VI.PRO.

Sistemi di COdesign e Virtualizzazione PROdotti

1. Titolo dell'intervento

Sistemi di COdesign e Virtualizzazione PROdotti

2. Tipologia dell'intervento

☒ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale

☐ Formazione

☐ Progetto-Pilota

☐ Divulgazione

3. Soggetti proponenti

- CETMA
- Unisalento Dipartimento di Ingegneria dell'Innovazione (Laboratorio GSA)
- Politecnico di Bari – Corso di Laurea in Ingegneria Informatica
- ENEA
- Produttori di filati/tessuti/confezioni e semilavorati/accessori per la filiera Moda Puglia
- Case di moda regionali e piccoli/medi atelier
- Piccola distribuzione

4. Dati indicativi del capofila

Indirizzo: S.S. 7 Appia Km 706+030

Legale rappresentante: Mauro BASILI

Telefono 0831 449111 Fax 0831449317 e-mail direzione@cetma.it

Responsabile della proposta di Progetto: Gianluca CIULLO

Telefono 0831 449600 Fax 0831449317 e-mail gianluca.ciullo@cetma.it

5. Localizzazione dell'intervento

Regione Puglia

6. Area di Interesse dell'intervento

☐ Comune

☐ Provincia

☐ Regionale

☒ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

L'intervento si propone di studiare una serie di applicazioni utili alla collaborazione tra reti di imprese della filiera Moda Puglia. L'azione intende accelerare il processo di risposta delle imprese pugliesi ad una domanda in continuo cambiamento, senza rinunciare alla sempre maggiore qualità richiesta ai prodotti ed assicurando alla filiera i margini di profitto necessari per la sopravvivenza e per l'attivazione di nuovi investimenti. In particolare si intendono realizzare alcuni modelli di outsourcing e di virtualizzazione delle fasi di progettazione che portino alla sperimentazione di una rete regionale pugliese per il fast fashion individuata sulle peculiarità stesse del comparto moda regionale. Questi sistemi di CO-DESIGN, di progettazione partecipata, saranno basati sia su logiche B2B (business to business) che su logiche B2C (business to consumer). Per comprendere i modelli sperimentali oggetto della presente proposta, conviene strutturare una ipotesi di metodologia avanzata di progettazione per le imprese della filiera. Al centro del sistema c'è il “*garment designer*”, il progettista del capo di vestiario o della calzatura o di qualsiasi prodotto industriale del settore TAC. Il “*garment designer*” necessita di:

- 1) Analizzare ed interpretare i bisogni della popolazione target, soprattutto nell'ottica di una sempre maggiore customizzazione del capo d'abbigliamento;
- 2) Intervenire nel FABRIC DESIGN, nella progettazione del tessuto, conoscere il FABRIC BEHAVIOUR, prevedere il comportamento del tessuto e conoscere costantemente gli aggiornamenti dei tessuti a catalogo;
- 3) Sviluppare modelli 2D, 3D e validare la fattibilità tecnico-economica del concept presso le divisioni interne o i fornitori esterni impegnati nella FABRIC Production e Confezioni.
- 4) Conoscere le imprese, le tipologie di macchine e le produzioni parallele che possono essere attivate presso fornitori che registrano una riduzione degli ordinativi.

Obiettivo dell'intervento è, inoltre, lo studio e la definizione di nuove metodologie e modelli per la progettazione e l'analisi di soluzioni di nuovi prodotti nel settore moda con relativi feedback da parte di utenti geograficamente distribuiti, utilizzando una modalità di presentazione innovativa. A seguito di ben definiti parametri biometrici, acquisiti direttamente dall'utente tramite l'utilizzo di opportuni dispositivi di acquisizione (dispositivi di utilizzo comune e caratterizzati da costi contenuti), è possibile caratterizzare un avatar 3d (di seguito avatar) con tali dati ed assegnargli dei movimenti “natural” ottenuti dall'utilizzo di opportuni dispositivi di tracciamento. In tal modo è possibile associare all'avatar movenze reali a prescindere dal prodotto indossato. Il dinamismo non sarà una prerogativa del solo avatar, ma anche dei prodotti indossati:

in funzione della tipologia di materiale di cui sono realizzati i prodotti e delle posture assunte dinamicamente dall'avatar si otterrà uno scenario virtuale prossimo ad una passerella reale, in cui il protagonista è l'utente finale ed i prodotti “vestiranno” il fenotipo adeguandosi alle sue caratteristiche. Inoltre, tale tipologia di servizio offerto al pubblico attraverso canali online, consente di avvicinare il pubblico ai vari prodotti, consentendo tra l'altro la fornitura di particolari indicazioni che potrebbero essere utili al distretto in termini di gusto, aspettative e tendenze. In tal modo sarà possibile offrire una nuova direzione al mercato della moda, non più solo monodirezionale, ma bidirezionale.

Inoltre l'intervento, attraverso la realizzazione di Archivio storico ed interattivo della Moda in Puglia, intende far emergere, scoprire, valorizzare e rendere fruibile un ampio ventaglio di fonti relative alla moda (produzione di stoffe e tessuti, calzature, accessori, abiti, sartorie,

atelier, giornali ecc.) finora poco conosciute, utilizzando tecniche e tecnologie digitali, rivelatesi oggi, importante strumento di promozione, divulgazione e fonte di conoscenza.

Ricerca, localizzazione, selezione, gestione risorse, disponibilità ecc, sono tutte funzioni che un archivio digitale mette a disposizione dell'utente al fine di facilitare le operazioni di rintracciabilità di un determinato dato. In una prima fase di realizzazione dell'attività in oggetto, si metteranno in campo sinergie da convogliare soprattutto in un lavoro di censimento a vasto raggio, una sorta di mappatura dell'esistente, da effettuare attraverso una ricerca trasversale, tra i diversi ambiti della moda e che abbraccerà anche settori rimasti sino ad ora un po' ai margini, come tutto il campo degli accessori e delle aziende produttrici ad esso connesse. La ricognizione mirerà alla rilevazione, identificazione e descrizione sia delle imprese operanti nel settore Moda, sia di quelle strutture e quegli organismi che fanno parte anch'essi del "sistema moda", come le agenzie per la moda, le agenzie pubblicitarie e le società di illustratori e disegnatori, che operano da decenni in nella regione puglia e che potrebbero custodire un patrimonio storico/documentario di grande interesse storico/culturale.

Con la collaborazione del distretto si procederà a contattare numerose e diverse strutture, organizzando la raccolta delle informazioni in più fasi:

1. raccolta ed elaborazione delle informazioni contenute nelle schede di ricerca;
2. sopralluoghi sul campo da parte di operatori archivisti esperti, muniti eventualmente di una scheda più articolata e complessa di quella precedente;
3. revisione e rielaborazione finale dei dati raccolti;
4. messa on line.

L'idea, quindi, è quella di progettare e realizzare una piattaforma web intesa come una sorta di contenitore digitale, tecnologicamente evoluto ma intuitivo verso l'utente/visitatore.

Infatti, tramite un'interfaccia user friendly, l'utente potrà accedere alla piattaforma ed attraverso funzioni pianificate, potrà accedere ad una serie "illimitata" di informazioni e documenti riguardanti la moda e la sua storia nella regione Puglia.

L'archivio storico regionale potrà essere collegato ad un importante progetto nazionale dal titolo "Archivi della Moda del '900", che si basa sul recupero e la conservazione degli archivi della moda: archivi cartacei, vere miniere di informazioni per la ricostruzione dei percorsi di formazione di queste peculiari "aziende", ma anche "archivi materiali", che testimoniano il lato creativo della loro storia.

L'intervento mira alla realizzazione dei seguenti 4 modelli sperimentali:

a) Realizzazione di un portale di servizi di e-business

- **E-Needs** Analisi ed interpretazione dei bisogni dei clienti con pubblicazione dei concept di prodotto e gestione delle indagini on-line con sviluppo di report grafici sulle tendenze e sulle risposte del mercato. Sistemi specifici verranno riservati alle possibilità di personalizzazione dei concept di capi, prodotti ed accessori dalle rete di imprese del distretto.
- **Archivio storico ed interattivo della Moda in Puglia.** Progettazione, realizzazione e gestione di un archivio di metadati relativi a dati ed informazioni (foto, demo interattive, filmati, bozzetti, campionari di tessuti) storiche ed attuali appartenenti ai differenti settori della moda quali: produzione di stoffe e tessuti, calzature, accessori, abiti, sartorie, atelier, giornali ecc.

b) Sistema di Virtual Try e di Tutorial Sharing

- **Sistema Try-Tut** Il bozzetto verrà analizzato da un sistema integrato dove, attraverso la compilazione delle principali informazioni tecniche, si otterranno tutte le indicazioni necessarie per confermarne la fattibilità o ottimizzarne la progettazione, sia del tessuto, che del confezionamento che della prova virtuale per i vari percentili e misure individuate. Il garment designer avrà a disposizione una serie di tutorial virtuali che accelereranno la trasposizione dell'idea in un bozzetto definitivo e realizzabile attraverso il parco macchine in dotazione alle imprese del distretto.
- **Museo Virtuale della Campionatura** Il campione, soprattutto nel settore tessile, riveste un ruolo di importanza primaria. Un sistema di gestione consentirà alle aziende di conoscere le campionature prodotte o pervenute all'interno del distretto evitando richieste ripetitive e dispendiose e fornendo, parallelamente, una banca data aggiornabile con le informazioni tecniche dei tessuti, i fornitori esteri, la provenienza, le possibilità di lavorazione, etc.

c) Servizi di Integrazione digitale di filiera

- **Manufacturing Goods Sharing** Sviluppo di un programma per la Condivisione delle Macchine e delle Attrezzature Industriali con relativo calendario, periodi di utilizzo con segnalazione dei tempi morti e dei tempi di massimo sfruttamento, elenco macchine e graduatorie aziende interessate, etc. *(Molte aziende utilizzano alcuni macchinari solo in alcuni periodi dell'anno, altre non possono permettersi l'acquisto o il noleggio presso enti distanti rispetto al territorio del distretto, le aziende con patrimonio macchine superiore possono incrementare i ricavi noleggiando nei tempi morti o scambiando attrezzature ancora non il loro possesso, etc.)*

d) Servizi di virtual prototyping e di fidelizzazione del cliente finale

- *Il progetto intende mettere a punto un sistema integrato che, con l'ausilio di tecnologie basate su rilevazioni di caratteristiche biometriche e di visualizzazione avanzata, possa offrire soluzioni nella valutazione di prodotti ancora non fisici (prototipi virtuali) su una vasta gamma di possibili clienti indossatrici/indossatori (utenti del sistema), analizzando le risposte dinamiche relativi a prodotti virtuali indossati da avatar mentre adottano posture dinamiche reali. Il sistema permetterà sia di far valutare direttamente all'utente i prodotti virtuali, opportunamente indossati da avatar aventi caratteristiche fisiche del potenziale cliente, sia di tracciare eventuali feedback. Da non trascurare è la capacità di poter valutare in anticipo e risposte dei prodotti virtuali alle movenze (reali) adottate dagli avatar, in termini di "vestibilità" del fenotipo e delle richieste di particolari degli utenti.*

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Uno dei traguardi che il comparto intende raggiungere riguarda l'incremento della capacità di realizzare prodotti che possano essere facilmente distinguibili da quelli dei Paesi emergenti, con i quali è difficile confrontarsi e competere sul fattore "prezzo". Lo sforzo che il comparto deve svolgere dunque riguarda l'innovazione di prodotto, attraverso attività di ricerca e sviluppo e trasferimento tecnologico finalizzate non solo all'uso di materiali innovativi, ma anche all'innovazione di processo.

La presente proposta è in perfetta coerenza con l'**Obiettivo generale**, riguardante il **"Azioni di supporto alla crescita del sistema delle aziende del distretto"** del Programma di Sviluppo, in particolare essa risponde all'**Obiettivo specifico**, relativo alle **"Azioni di sostegno alla creatività"**.

Inoltre la presente proposta è in coerente con l'Obiettivo generale, relativo al **"Rafforzamento delle imprese"**, in particolare essa risponde all'Obiettivo specifico, relativo all' **"infrastruttura tecnologica aziendale"** ed alle azioni ad esso corrispondenti.

7.3 Indicazione degli obiettivi, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Gli obiettivi possono essere suddivisi in obiettivi generali ed obiettivi specifici. Gli obiettivi generali riguardano:

- Favorire la crescita e la coesione delle imprese del distretto;
- Rafforzare le singole imprese attraverso la moltiplicazione delle capacità creative e produttive resa possibile dall'effettiva integrazione dei processi;
- costituzione di società di progettazione dedicate al distretto ed incremento dell'innovazione di prodotto/processo;

Gli obiettivi specifici riguardano:

- riduzione campionari;
- riduzione prototipi;
- riduzione lead-time;
- visualizzazione spinta della vestibilità/personalizzazione del capo;
- realizzazione di una banca dati regionale di filati/tessuti/confezioni;
- sviluppo della creatività e costituzione di nuovi brand;
- incremento delle possibilità occupazionali per stilisti e tecnologi formati sul territorio regionale;

- miglioramento del processo progettuale che porta alla creazione di nuovi prodotti;
- maggiore coinvolgimento degli utenti del distretto ancor prima della realizzazione degli stessi prodotti
- fidelizzazione dei potenziali clienti

Risultati

- Si prevede la realizzazione di Archivio storico ed interattivo della Moda in Puglia correlato al progetto di rilievo nazionale dal titolo "Archivi della Moda del '900";
- Si prevede la realizzazione di un sistema prototipale per i 3 modelli individuati e la relativa sperimentazione all'interno del ciclo di vita di prodotti rappresentativi delle imprese del distretto.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Il progetto è stato articolato in 6 Obiettivi Realizzativi attraverso i quali i soggetti proponenti gestiranno le fasi di ricerca e di sviluppo dei sistemi prototipali:

Le attività utili alla realizzazione del progetto sono:

OR1. Pianificazione

- × Analisi dello stato dell'arte e dei requisiti della popolazione target;
- × Mappatura dei "garment designer" regionali;
- × Analisi dei requisiti essenziali per il sostegno della creatività e per l'attuazione del fast fashion;
- × Analisi delle attrezzature, delle capacità produttive e dei fabbisogni delle singole imprese del distretto;
- × Stato dell'arte dei sistemi per l'acquisizione di dati biometrici ed analisi delle opportunità a fronte delle esigenze di stile da soddisfare.

OR2. Metodologie, processi e progettazione concettuale

- × Generazione concept dei sistemi prototipali per il Co-design;
- × Analisi e definizione delle problematiche di caratterizzazione biometrica degli end-user;
- × Metodologie per la caratterizzazione dei materiali per la loro rappresentazione virtuale e dinamica;
- × Metodi e processi per la virtualizzazione degli end-user; Presentazione al distretto, selezione e collaudo del concept;

OR3. Progettazione a livello di sistema

- × Architettura dei sistemi prototipali;
- × Analisi e studio delle interazioni fondamentali ed accidentali individuate per il funzionamento dei sistemi;
- × Architettura Hardware e Software per l'acquisizione, il processing ed il post processing dei dati;

OR4. Progettazione a livello di dettaglio

- × Ingegnerizzazione dei concept selezionati;
- × Progettazione e sviluppo di una piattaforma sperimentale per la visualizzazione avanzata dei prodotti;
- × Progettazione e sviluppo di un insieme di prototipi per la commercializzazione innovativa dei prodotti;

OR5. Prototipazione

- × Realizzazione dei sistemi prototipali ed installazione;
- × Valutazione dell'affidabilità e delle prestazioni mediante azioni specifiche di co-design;
- × Valutazione delle approvazioni da ottenere dagli enti di controllo;
- × Sperimentazione, miglioramento ed introduzione di eventuali modifiche all'architettura individuata.

OR6. Promozione, comunicazione e diffusione dei risultati.

- × **Censimento tramite schede utenti delle collezioni storiche in versione digitale e dei relativi campionari;**
- × **Ottimizzazione e digitalizzazione delle collezioni e dei campionari presenti in azienda;**
- × **Progettazione e realizzazione di un'interfaccia user friendly;**
- × **Azione di linking a piattaforme nazionali esistenti;**
- × **Gestione ed amministrazione contenuti utente;**
- × **Upgrade dell'archivio;**
- × **Programma di comunicazione.**

8. Stato della progettazione tecnica (segnare la casella di interesse)

- ☐ Studio di fattibilità
- ☐ Progetto preliminare
- ☐ Progetto definitivo
- ☒ Progetto esecutivo

9. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

9.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

L'investimento complessivo è stimato in circa 1100,00 k€. Le attività già svolte nel settore da alcuni dei soggetti proponenti hanno aiutato il partenariato a stimare realisticamente gli interventi necessari considerandone la complessità ed il numero di profili e ricercatori necessari per la prototipazione dei sistemi. Per lo sviluppo dei sistemi prototipali in grado di essere avviati alla produzione industriale ed in grado di soddisfare i requisiti attualmente garantiti dai prodotti attualmente offerti dal settore TAC pugliese, sono necessarie competenze di marketing, disegno industriale, fashion design, ingegneria informatica, ingegneria gestionale. Le singole voci di costo dell'investimento sono state quantificate nel punto 9.2

9.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

Le voci di costo considerate comprendono: personale dei proponenti, attrezzatura e strumentazioni, consulenze, spese generali ed altri costi diretti (materiali, forniture, ecc), così come riportato nella tabella sottostante. Tuttavia, la ripartizione dei costi tra le diverse voci potrà variare notevolmente in funzione dell'effettiva disponibilità dei partner necessari per lo svolgimento del progetto (in alcuni casi potrebbe essere necessario aumentare le consulenze).

Costi	Totale voce di spesa (k€)
Personale	2.280,00
Attrezzature e strumentazioni	700,00
Consulenze	250,00
Spese generali	465,00
Altri costi del progetto (materiali, forniture etc..)	235,00
Totale Costi Stimati Progetto	3.930,00

Le voci seguenti sono basate su tre tipologie di ricavo ipotizzate. Il progetto per le innovazioni generate nei tempi di consegna (puntualità, accettazione modifiche in itinere, lead time, gestione imprevisti), nella qualità del prodotto (controlli, certificazioni, processo produzione) e nei servizi al cliente (configurazione e personalizzazione, pronto a magazzino, gestione resi, consegne e logistica, manutenzione e ciclo di vita). Da un lato queste innovazioni contribuiranno all'incremento della capacità produttiva ed all'affermazione dei marchi in nuovi segmenti di mercato, dall'altro alla riduzione dei costi di processo e di gestione. Possono essere ipotizzate, infine, delle vendite dirette dei servizi, dei sistemi prototipali, dei software verso distretti concorrenti e delle vendite on-line di prodotti customizzati sui quali le aziende possono assicurarsi margini di profitto superiori.

Ricavi	Ricavi (k€)
Incremento della capacità produttiva	800,00
Riduzione dei costi di gestione, dei costi di processo, dei prototipi fisici, dei campionari.	300,00
Vendita dei sistemi prototipali	1.500,00
Vendite on-line di prodotti customizzati	150,00
Totale Ricavi Stimati Progetto	2.750,00

9.3 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)**

Sulla base della definizione dei costi previsti per lo svolgimento del progetto e della suddivisione temporale delle attività da svolgere, si stima la seguente ripartizione semestrale dei costi in k€:

	TOTALE	I SEM	II SEM	III SEM	IV SEM
OR1	180000	180000	0	0	0
OR2	1520000	1000000	520000		
OR3	380000	100000	240000	40000	
OR4	1520000		570000	850000	100000
OR5	200000			50000	150000
OR6	130000				100000
	€ 3.930.000	€1.260.000	€1.340.000	€950.000	€350.000

Per il finanziamento della presente proposta, si può fare riferimento alle risorse del PON Ricerca e Competitività 2007-2013, essendo il progetto proposto in linea con quanto previsto dall'*Obiettivo Specifico 1.1 "Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico per la transizione all'economia della conoscenza", Obiettivo Operativo 1.1.1 "Aree scientifico-tecnologiche generatrici di processi di trasformazione del sistema produttivo e creatrici di nuovi settori"*.

Nello specifico, si può ritenere che, nell'ambito degli Accordi di Programma Quadro fra MIUR e Regione Puglia, si finanzino progetti di ricerca e sviluppo sulle tematiche riguardanti l'ICT.

Lo strumento operativo è l'art. 12 DM 593/2000, mentre la definizione delle aliquote di finanziamento avverrà sulla base della Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01), ai sensi di quanto previsto al punto 5, sotto-punti 5.1.2, 5.1.3.

Pertanto, i co-finanziamenti a carico dei soggetti attuatori del progetto varieranno in funzione della tipologia degli stessi e della sussistenza di eventuali requisiti per la concessione di ulteriori agevolazioni.

Ulteriore possibile fonte di finanziamento sono le risorse del POR FESR 2007-2013, essendo il progetto proposto in linea con quanto previsto dall'Asse I "Promozione, valorizzazione e diffusione della ricerca e dell'innovazione per la competitività" e dell'Asse VI "Competitività dei Sistemi Produttivi e occupazione".

** Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

In questo caso, lo strumento operativo di riferimento è il **Regolamento generale dei regimi di Aiuto in esenzione** che, a sua volta, si richiama esplicitamente alla Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01).

In questa fase preliminare, si può stimare un finanziamento richiesto pari al 50% dei costi ammissibili, ossia un finanziamento pari a 550 k€.

Il presente progetto si configura come intervento di Sistema ed i relativi risultati attesi costituiranno un patrimonio di tutto il Sistema Distrettuale che potrà pienamente beneficiarne.

9.4 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

➤ II CETMA

Il CETMA è un **consorzio** operativo tra enti pubblici di ricerca ed aziende private che si configura come **organismo di ricerca applicata** sui materiali avanzati e le relative tecnologie di lavorazione, sulle tecniche e i metodi innovativi di design, progettazione e produzione. È un soggetto **senza scopo di lucro e tutti i suoi utili sono reinvestiti in attività di ricerca e di formazione**.

Il CETMA conta oltre 75 addetti e, in tal senso, si pone fra i più grandi centri di ricerca privati in Italia tenendo conto che l'ISTAT nel 2001 ha censito solamente 35 centri con più di 50 addetti su oltre 7000 unità locali private appartenenti alla categoria ATECO 73100 (Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze naturali e dell'ingegneria).

➤ I soci

I soci del CETMA sono:

- ENEA 51%
- Università di Lecce 5%
- D'Appolonia SpA 13%
- Infobyte SpA 11%
- Telcom SpA 11%
- Alfa Edile S.r.l. 5%
- Cemit S.r.l. 2%
- Igeam S.r.l. 2%

➤ La visione

Il CETMA opera nella piena consapevolezza di quanto sia importante **l'innovazione per lo sviluppo economico e sociale** della nostra società, ma anche di quanto questa sia un **processo complesso, rischioso e multidisciplinare** che richiede **l'interazione e la cooperazione** dei diversi attori coinvolti.

Il CETMA si pone come **elemento di raccordo** e di integrazione tra i diversi operatori dell'innovazione: **produttori, utilizzatori e mediatori di conoscenza**.

➤ La missione

Il CETMA persegue la sua missione **accrescendo ed integrando** discipline **pervasive ed abilitanti** quali:

- Ingegneria dei **materiali**
- Ingegneria **informatica**
- **Design** industriale

Utilizzando in **forma integrata** queste specifiche competenze, esso è in grado di porsi come un **centro multidisciplinare di sviluppo prodotto**.

➤ La produzione

Il **valore annuale della produzione** si aggira intorno ai **10-12 milioni** di euro. La produzione è costituita per una quota pari al **60-70% da progetti di ricerca** i cui finanziamenti derivano **in parte da fondi pubblici** nazionali e comunitari generalmente acquisiti con procedure concorsuali (partecipazione a bandi), **in parte dal cofinanziamento dei soci e in parte dall'autofinanziamento del consorzio**.

La restante parte (**30-40%**) della produzione è costituita da **attività di ricerca e di ingegneria avanzata commissionata da aziende ed enti**.

In altri termini, si può affermare che il **know-how prodotto** con i propri investimenti in progetti di ricerca, **viene trasferito** ai propri clienti per favorirne i processi di innovazione e competitività.

10. Cronoprogramma e Procedure

10.1 Cronoprogramma dell'intervento

		ANNO I												ANNO II											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
OR 1																									
OR 2																									
OR 3																									
OR 4																									
OR 5																									
OR 6																									

10.2 Indicazione dei meccanismi, delle procedure e dell'organizzazione del sistema di attuazione del progetto, con indicazione degli eventuali adempimenti tecnici, amministrativi e procedurali (autorizzazioni, pareri, nulla osta preliminari ai quali è subordinato l'avvio dell'iniziativa e dei tempi previsti per il loro rilascio)

Il progetto può rientrare all'interno e rispettare la struttura già organizzata del Centro Servizi regionale denominato "TessilPuglia", attivato nel 2007 all'interno di Accordo di Programma Quadro con il Ministero dell'Economia e delle Finanze, la Presidenza del Consiglio dei Ministri, il Dipartimento per l'Innovazione e le Tecnologie (Dit) e il Centro nazionale per

l'Informatica nella pubblica amministrazione (Cnipa), per digitalizzare i distretti dell'industria del tessile-abbigliamento e finalizzato a soddisfare i seguenti macro obiettivi:

1. facilitare l'accesso delle imprese del settore tessile-abbigliamento ai sistemi di integrazione digitale di filiera;
2. creare una rete tra i distretti esistenti per la promozione e la diffusione di best practices di carattere gestionale e tecnologico;
3. creare strutture attraverso cui fornire alle imprese del territorio servizi di supporto negli ambiti dell'innovazione di processo e prodotto, e diffondere nuove pratiche in tema di innovazione tecnologica per la valorizzazione dei distretti produttivi.

Il progetto " TessilPuglia" ha previsto, inoltre, la creazione e diffusione territoriale di servizi innovativi basati sulle tecnologie dell'informazione e comunicazione, per finalizzare la costituzione di reti virtuali tra imprese della filiera produttiva T/A regionale per sostenere:

- una migliore integrazione di filiera,
- la promozione dello sviluppo della cultura dell'innovazione in ambito regionale.

Il progetto, in tal modo, potrebbe imporsi come completamento dell'idea operativa e di integrazione funzionale alla base del Centro Servizi.

11. Eventuali Procedure di consultazione partenariale

Forme di consultazione interistituzionale e del partenariato economico-sociale pubblico/privato eventualmente attivate (allegare breve Relazione descrittiva con eventuali protocolli di intesa sottoscritti)

12. Eventuali Allegati

(Delibere, Protocolli, Patrocini, ecc...)

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

COFA - Sistemi di codesign per il fast fashion nella filiera moda Puglia

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
GRUPPO TESSILE FILO – MAGLIA srl – Giovanni Cappiello	Produzione di maglieria per c/t	Via Gravina, 177	Via Gravina, 177	16
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10

		Franca - TA		
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trvisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
ETTORE NEGRO sas – Ettore Negro	Produzione berretti cappelli	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	15
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Merketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 –	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40

		Locorotondo - BA		
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

MOD@ - Metodologie e modelli avanzati Orientati alla validazione di prodotti e processi in modalità Dinamica nel settore della mod@

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA	Commercializzazione capi	Via Bertani, 8 –	Via Bertani, 8 – Martina	1

FASHION – Giuseppe Ancona	spalla uomo - donna	Martina Franca - TA	Franca - TA	
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
"DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA"

SCHEDA DI PROGETTO

CLUSTER SOCIAL RESPONSABILITY

**La gestione sostenibile del Distretto e delle sue
PMI - Attestato EMAS per il Distretto e percorsi di
certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 e
SA 8000 per le sue PMI**

1. Titolo dell'intervento

La gestione sostenibile del Distretto e delle sue PMI - Attestato EMAS per il Distretto e percorsi di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 per le sue PMI

2. Tipologia dell'intervento

☒ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale

☒ Innovazione

☐ Formazione

☐ Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

- CETMA;
- IGEAM SRL;
- PMI di produzione del distretto

Stakeholders

- Enti locali:
- Enti Universitari o di Ricerca:
- Agenzia/Authority:
- Servizi di Pubblica utilità:
- Associazioni imprenditoriali:
- Associazioni sindacali:
- Associazioni professionali:
- Associazioni di categoria:
- Enti di gestione aree protette:

4. Dati indicativi del capofila

Indirizzo: S.S. 7 Appia Km 706+030

Legale rappresentante: Mauro BASILI

Telefono 0831 449111 Fax 0831449317 e-mail direzione@cetma.it

Responsabile della proposta di Progetto: Ida CAROLLA

Telefono 0831 449310 Fax 0831449210 e-mail ida.carolla@cetma.it

5. Localizzazione dell'intervento

Nell'intero Territorio del Distretto Produttivo della Filiera Moda Puglia.

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
☐ Provincia
☒ Regione
☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

Il percorso di sostenibilità del distretto industriale è impostato preliminarmente come dialogo e coordinamento tra i vari attori, pubblici e privati, coinvolti nella pianificazione e nell'utilizzo del territorio e, successivamente, come sostegno alle aziende per sviluppare azioni di riduzione degli impatti ambientali derivanti dai processi di produzione e per conseguire le certificazioni ambientali attraverso percorsi semplificati. Per tale motivo, la fase iniziale e funzionale a tutto il percorso progettuale è rappresentata dalla definizione di un **Accordo di Programma** da sottoscrivere tra quei soggetti che per diverse competenze, responsabilità e ruoli sul territorio, possono fornire un contributo alla diffusione degli strumenti di miglioramento delle performance ambientali delle organizzazioni.

Inoltre il progetto intende mettere a punto e implementare un **modello per l'analisi e la gestione energetica ed ambientale** dell'intera filiera produttiva del Distretto in grado di creare ricadute positive sia in ambito di sistema (vedi ad esempio l'ottenimento di un riconoscimento ambientale al Distretto, per l'impegno assunto a favore delle politiche di sostenibilità), sia per le singole imprese che potranno conoscere in dettaglio le proprie performances ambientali ed energetiche e intraprendere, un percorso di miglioramento fino a conseguire una certificazione di qualità ambientale (ISO 14001/EMAS) oltre ad intraprendere altri **percorsi di qualificazione e certificazione** secondo gli standard di: qualità (ISO 9001), di sicurezza sul lavoro (OHSAS 18001) e di etica sociale (SA 8000). Tali percorsi prevedono l'individuazione di aziende nelle varie filiere o sottosettori che caratterizzano il Distretto Produttivo della Filiera Moda Puglia, l'analisi dei loro processi aziendali e le criticità presenti per le tematiche ambiente, qualità, sicurezza sul lavoro e etica sociale. Successivamente si redigeranno delle **Linee Guida per l'attuazione di un modello** di Sistema di Gestione Integrato che consentirà alle aziende del Distretto di ottenere la certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 e SA 8000 attraverso semplificazioni e sinergie che consentono di agevolare e guidare l'implementazione dei sistemi con impegno di personale e di costi inferiore rispetto ad un intervento puntuale. Le Linee Guide saranno testate, prima della loro pubblicazione, su 20 aziende del Distretto che saranno accompagnate alla certificazione finale da parte di un Ente di Certificazione. Saranno attivati dei **percorsi formativi** per lo sviluppo delle competenze in campo ambientale, della sicurezza sul lavoro, della qualità e dell'etica sociale. Per consentire il proseguimento dell'intervento del progetto anche dopo la sua conclusione sarà attivato presso il Distretto uno "**Sportello della Sostenibilità**" che consentirà alle aziende di continuare ad avere il supporto per i percorsi di certificazione. Il progetto prevede degli interventi di informazione e formazione degli addetti delle aziende sulle norme ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001 e SA 8000. Per diffondere i risultati del progetto nell'intero territorio del Distretto e presso le altre realtà distrettuali del settore della moda presenti in Italia e all'estero saranno effettuati degli **interventi di disseminazione** e degli incontri tecnici.

Nello specifico la Gestione Sostenibile della filiera moda in Puglia avverrà attraverso 2 macro-fasi, quali:

1) "Il conseguimento dell'attestato EMAS da parte del Soggetto Promotore del Distretto"; 2) Percorsi di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 delle PMI del Distretto.

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

La proposta di supportare sinergicamente le aziende del distretto della Filiera Moda in Puglia nell'attuazione di un percorso di certificazione aziendale sui temi di ambiente, sicurezza, etica sociale, è in linea non soltanto con la vision propria del Programma di Sviluppo di tale Distretto, ma più in generale con quella propria di tutti i distretti regionali, che hanno riconosciuto nella condivisione la chiave di volta per raggiungere gli obiettivi di competitività ed innovazione. Nello specifico, la proposta è coerente con il **Macro Obiettivo** del Programma di Sviluppo riguardante **"Azioni di Sistema per determinare un contesto più favorevole alla crescita del distretto"**, e con le **Attività Chiave** 1.6 ed 1.7, rispettivamente relative a: **"Azioni per Innovazione, Ricerca e Sviluppo"** ed **"Azioni di supporto alla sostenibilità ambientale ed etica del sistema di impresa"**.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Obiettivi: Il percorso di Gestione Sostenibile del Distretto produttivo della filiera della Moda Puglia, mira a:

- contenere e ridurre gli impatti ambientali derivanti dai processi di produzione e dalle attività di supporto (trasporto, ciclo dei rifiuti, produzione di energia);
- rafforzare la competitività delle aziende inserite nel distretto industriale e i collegamenti all'interno della filiera, al fine di valorizzare anche il prodotto finito;
- sviluppare tecnologie innovative a favore di un processo con minori impatti ambientali, a favore dell'utilizzo di energia pulita e di una razionalizzazione energetica;
- ridurre i costi energetici, delle materie prime, i costi idrici e della gestione dei rifiuti, diminuire gli scarti di processo, i costi della sicurezza ed i premi INAIL. Il contenimento dei rischi aziendali è legato alle sanzioni amministrative e penali per reati ambientali, sulla sicurezza e salute dei lavoratori, sui diritti dei cittadini e dei consumatori..

Risultati attesi: della presente proposta progettuale, in termini di benefici diretti per il territorio distrettuale, per le imprese e per gli enti locali coinvolti, sono di seguito identificati:

- attestato EMAS per il Soggetto Promotore del Distretto;
- risparmio di costi ambientali per le aziende;
- semplificazioni nel percorso di registrazione EMAS per le aziende e per gli enti locali del distretto;
- miglioramento della immagine pubblica per le imprese e per gli enti locali coinvolti;
- Certificazione ISO 14001 e/o ISO 9001 e/o OHSAS 18001 e/o SA 8000 di 20 aziende del Distretto.

- Elaborazione dei Linee Guida per l'implementazione dei Sistemi di Gestione Ambientale e di Sicurezza sul Lavoro, della Qualità e dell'Etica Sociale. delle tensioni sociali generate dalle problematiche ambientali.

Effetti attesi: Incremento progressivo della certificazione delle aziende del Distretto nei prossimi cinque anni.

- Riduzione dell'impatto ambientale complessivo del distretto industriale sul territorio in cui è ubicato.
- Maggiore capacità attrattiva del territorio (marketing territoriale) e maggiore competitività economica delle aziende che vi insistono, nonché maggiore appetibilità per quelle aziende che decidono ubicare la loro sede nel Distretto.
- Riduzione degli infortuni sul lavoro e della loro gravità. Miglioramento della competitività economica e produttiva delle aziende e dell'intero comparto. Miglioramento delle condizioni di lavoro e del rispetto dei diritti dei lavoratori.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Macro-Fase 1: "Il conseguimento dell'attestato EMAS da parte del Soggetto Promotore del Distretto":

Azione n.1: La sottoscrizione dell'Accordo di Programma

Obiettivi

- Definizione di uno strumento operativo e di dialogo tra le parti interessate.
- Costituzione di un tavolo tecnico-decisionale.

Attività

Il primo passo da affrontare sarà la sottoscrizione di un Accordo di Programma tra soggetti, sia pubblici sia privati, portatori degli interessi sul territorio. Questa fase consentirà la formalizzazione dell'impegno in campo energetico - ambientale e sulle tematiche della sicurezza del lavoro, del "network" che governa lo sviluppo socio-economico del Distretto della Moda. Nell'Accordo di Programma si definirà lo strumento di governance territoriale relativo sia alle attività delle aziende del Distretto, sia alle scelte di pianificazione territoriale degli enti locali competenti. Questa fase è finalizzata a rafforzare il sistema organizzativo del Distretto ed il dialogo tra attori diversi.

I soggetti firmatari dell'Accordo di Programma individueranno il Soggetto Promotore della gestione sostenibile nel Distretto.

Sarà costituito un Comitato di Gestione a supporto del Soggetto promotore lungo tutto il percorso che lo stesso dovrà intraprendere, con ruoli tecnici e di sostegno per l'adozione delle politiche strategiche sul territorio.

Il Comitato di Gestione si riunirà almeno 1 volta ogni 2 mesi per valutare le scelte fatte, le azioni intraprese e a intraprendere, l'andamento del progetto come descritto nei paragrafi che seguono.

Materiale prodotto

- Accordo di programma.
- Atto amministrativo di individuazione/nomina del soggetto promotore.

Azione n. 2 L'Analisi Ambientale-Energetica Territoriale

Obiettivi

- Definizione del campo di applicazione del percorso progettuale.
- Analisi del territorio e delle matrici ambientali e sociali.
- Analisi dei processi produttivi rappresentativi della filiera.
- Individuazione degli impatti ambientali e dei fabbisogni energetici.

Attività

L'analisi prenderà in considerazione sia la parte territoriale, analizzando, quindi, il distretto e le sue caratteristiche naturali ed antropiche, sia la parte di processo delle aziende insediate nel distretto.

Le principali attività da sviluppare per l'analisi territoriale sono:

- l'inquadramento geografico – territoriale (clima, geomorfologia, geologia, idrogeologia, idrologia);
- l'inquadramento paesaggistico, naturale, storico-archeologico e culturale;
- l'inquadramento demografico e socio-economico;
- l'andamento degli infortuni sul lavoro sul territorio;
- gli strumenti di pianificazione territoriale, urbanistica e di uso del suolo relativi all'area industriale;
- la caratterizzazione ecologica del territorio: qualità delle acque superficiali, sotterranee, stato della vegetazione e della fauna, caratterizzazione degli ecosistemi;
- la caratterizzazione del territorio in funzione delle pressioni antropiche: qualità dell'aria, clima acustico, produzione di rifiuti, inquinamento elettromagnetico, impatto viario, contaminazione del suolo;
- i consumi energetici del territorio, sia per individuare le principali tipologie di consumi esistenti nel distretto (trasporto, riscaldamento, processi produttivi, ecc.), ma anche per valutare le opportunità di una gestione "unitaria" dell'energia sul distretto, almeno dal punto di vista produttivo;
- le emergenze ambientali e gli incidenti pregressi;
- le specificità del territorio, naturali o antropiche;
- il censimento delle attività produttive presenti e le principali pressioni ambientali da esse provocate.

Lo studio inizierà con la selezione delle fonti informative presenti presso alcuni dei soggetti sottoscrittori dell'Accordo di programma o tramite ricerche su internet, per proseguire con la

raccolta e la selezione di dati. Le informazioni raccolte saranno elaborate per individuare le matrici ambientali presenti sul territorio ed il loro stato qualitativo.

Sarà stabilito un nesso di “causa - effetto” tra lo stato qualitativo delle matrici ambientali sul territorio e le pressioni antropiche, allo scopo di disporre delle indicazioni utili – input - per impostare i passaggi successivi del percorso progettuale.

Le informazioni raccolte ed elaborate saranno riportate in un Rapporto di Analisi a disposizione del Comitato di Gestione, dal quale emergeranno anche le criticità individuate in termini di aspetti ambientali sul territorio e di servizi/infrastrutture a servizio del distretto. Il Comitato di Gestione deciderà, successivamente alla realizzazione delle ulteriori fasi di analisi (energetica e ambientale dei processi), a chi divulgare e con quali modalità il Rapporto territoriale.

Materiale prodotto

-Rapporto Ambientale Energetico territoriale.

Azione n. 3 Analisi della filiera produttiva

3.1) Analisi dei processi produttivi e degli aspetti ambientali, energetici.

Obiettivi

- Individuazione degli impatti ambientali ed energetici dei processi produttivi
- Caratterizzazione degli impatti ambientali;
- Individuazione aree critiche.

Attività

Il processo produttivo sarà scomposto nelle fasi operative elementari per analizzare gli input ambientali ed energetici, gli output ambientali ed i rischi sulla sicurezza e salute dei lavoratori.

Lo studio sarà diviso nelle seguenti attività:

- descrizione ed analisi delle principali fasi di processo e di supporto che caratterizzano la filiera ed i singoli processi di cui si compone;
- individuazione degli aspetti ambientali ed energetici connessi ai processi produttivi;
- individuazione degli aspetti ambientali, energetici relativi ad alcune attività trasversali comuni alle aziende del distretto;
- studio delle migliori tecnologie disponibili, già in parte adottate da alcune aziende del distretto, caratterizzate da impatti più contenuti o costi minori;
- elaborazione degli indicatori degli aspetti energetico - ambientali;

Per i vari aspetti individuati saranno predisposti degli indicatori da sottoporre a monitoraggio periodico per conoscerne l'andamento nel tempo e valutare i cambiamenti

che dovessero intervenire in seguito all'adozione di interventi di miglioramenti o di tecnologie maggiormente efficienti dal punto di vista ambientale.

Materiale prodotto

-Rapporto di analisi ambientale, energetica del processo produttivo del Distretto.

3.2) Gap analysis rispetto alle Best practice

Obiettivi

-Definire lo scostamento esistente tra la situazione attuale e quella ottimale dal punto di vista della gestione ambientale nelle aziende

-Individuare le best practice economicamente e tecnicamente applicabili. alla filiera della moda

Attività

Il primo intervento che sarà effettuato in questa attività sarà l'analisi delle Best Practice di settore necessarie per:

-rispettare le prescrizioni richieste dalle normative cogenti in campo ambientale ed energetico;

-perseguire il miglioramento delle prestazioni ambientali ed energetiche in linea con le politiche di sviluppo sostenibile europee, nazionali e regionali.

Le Best Practice comprenderanno:

-i comportamenti degli operatori presenti all'interno delle industrie del Distretto;

-le BAT (Best Available Techniques) da applicare per ridurre l'impatto ambientale (consumo energetico, produzione di rifiuti, consumo idrico);

-gli elementi gestionali (controllo dei processi, gestione delle emergenze, monitoraggi, competenze, responsabilità) da adottare in linea con le norme di gestione volontaria dell'ambiente (ISO 14001) e della gestione dell'energia (prEN 16001).

Successivamente all'individuazione delle Best Practice sarà effettuata una Gap Analysis per verificare lo scostamento tra l'attuale gestione delle aziende del Distretto e le Best practice da adottare. La Gap Analysis sarà effettuata attraverso una raccolta dati attraverso invio di questionari e sopralluoghi presso le aziende più rappresentative della realtà del Distretto.

Le informazioni conseguenti dalla Gap Analysis forniranno alle aziende del distretto le indicazioni utili per impostare un processo di riorganizzazione e razionalizzazione delle fasi operative funzionali all'ottenimento del prodotto finale, scegliendo - a seconda delle esigenze operative, commerciali, tecnologiche, finanziarie e di mercato – gli elementi su cui impostare la strategia di miglioramento.

Durante questa fase si esperimenteranno le Best Practice in alcune delle aziende del Distretto che aderiranno al progetto ed i risultati della sperimentazione saranno considerati nella fase di pianificazione strategica (descritta nei paragrafi che seguono), per definire gli interventi di miglioramento percorribili da intraprendere nel Distretto, dal punto di vista ambientale e dell'efficienza energetica.

Materiale prodotto

-Documento di sintesi della Gap analysis.

Azione n. 4 La sostenibilità ambientale del territorio: il rilascio dell'Attestato EMAS al Soggetto Promotore

Il percorso per il rilascio dell'Attestato EMAS al Soggetto Promotore individuato nell'Accordo di Programma, secondo i passaggi previsti nella Posizione del Comitato per l'Ecolabel e per l'Ecoaudit sull'applicazione del Regolamento EMAS sviluppato in Ambiti Produttivi Omogenei, prevede lo sviluppo delle seguenti fasi operative:

- definizione della struttura organizzativa del soggetto promotore,
- pianificazione strategica dei miglioramenti ambientali, energetici e di sicurezza da intraprendere,
- progettazione del Sistema di Gestione Ambientale,
- definizione degli indicatori da sottoporre a monitoraggio periodico,
- organizzazione delle attività di comunicazione con cui diffondere i risultati raggiunti e conseguibili nel tempo e mediante le quali sensibilizzare le aziende del distretto ad impostare i rispettivi processi nell'ottica della sostenibilità ambientale e del risparmio;
- Supporto al soggetto promotore durante l'iter tecnico preliminare al rilascio dell'attestato EMAS.

4.1) Struttura organizzativa del Soggetto promotore.

Obiettivi

-Definizione dell'organizzazione preposta all'attuazione del percorso EMAS.

Attività

Sarà individuata la struttura organizzativa di cui deve dotarsi il Soggetto promotore per l'applicazione della gestione ambientale nel Distretto; in particolare, per ciascuna figura individuata saranno definiti ruoli e responsabilità che, in linea con i requisiti dell'EMAS e della Posizione del Comitato Ecolabel Ecoaudit sugli Ambiti Produttivi Omogenei, possono garantire l'attuazione dei vari passaggi previsti nel presente progetto nonché la diffusione della gestione ambientale presso le varie organizzazioni insediate nel distretto, nell'ottica dello sviluppo sostenibile.

Materiale prodotto

- Organigramma.
- Mansionario.
- Lettere di nomina

4.2) Pianificazione strategica del soggetto promotore

Obiettivi

- Definizione della Politica ambientale come quadro generale per le strategie ambientali del Distretto.
- Definizione del Programma ambientale di miglioramento.
- Definizione del Piano di monitoraggio.

Attività

Sulla base dei risultati ottenuti dall'Analisi Ambientale Territoriale sarà possibile conoscere le criticità ambientali, energetiche del Distretto: queste saranno riconducibili principalmente agli impatti ambientali derivanti dai processi produttivi, ma potranno considerare anche degli elementi "territoriali" in termini di infrastrutture e servizi presenti e funzionali alle attività produttive (es. depuratore, rete fognaria, rete viaria, ecc.).

Le suddette criticità saranno considerate per la definizione della Politica di sostenibilità del Distretto, che verrà condivisa da tutti i soggetti sottoscrittori dell'Accordo di programma.

Nel documento di politica saranno indicati i principi di carattere generale su cui impostare l'approccio a favore della sostenibilità ambientale sul territorio, e gli obiettivi generali da perseguire per le principali criticità emerse.

La Politica sarà divulgata sul territorio per diffondere i principi di gestione ambientale a tutte le parti interessate: la divulgazione avverrà mediante l'utilizzo dei canali comunicativi consolidati e secondo quanto previsto nel Piano della comunicazione, al fine di raggiungere tutti gli attori economici, sociali ed istituzionali che possono contribuire allo sviluppo sostenibile sul territorio.

In particolare, a seguito della valutazione della significatività degli aspetti ambientali, delle informazioni emerse dall'analisi energetica e da quanto ottenuto con la Gap Analysis, sarà possibile definire il Programma operativo degli interventi da intraprendere per il miglioramento ambientale, energetico.

Nel Programma di miglioramento saranno individuati:

- gli obiettivi di miglioramento da raggiungere;
- i target quantificati per ciascun obiettivo fissato;
- i singoli interventi da realizzare per il raggiungimento dei target e degli obiettivi ultimi;
- i responsabili degli interventi;
- i tempi di realizzazione degli interventi e di raggiungimento degli obiettivi;

-le risorse finanziarie che si possono destinare alla realizzazione degli interventi di miglioramento.

Gli interventi saranno aderenti alle criticità emerse dall'Analisi territoriale ed a quelle specifiche della produzione, funzionali, quindi, al miglioramento delle prestazioni ambientali e di sicurezza dell'intero distretto, ed al risparmio energetico dei processi coinvolti ed all'utilizzo dell'energia da fonti rinnovabili.

Tale Programma Territoriale sarà sottoscritto da tutti gli attori che partecipano all'Accordo di programma per sottolineare la collaborazione che si dovrà instaurare per ricercare ed ottenere dei miglioramenti ambientali e in campo energetico, sia per le singole aziende sia per il distretto nel complesso, e, quindi, per il territorio.

I soggetti sottoscrittori dell'Accordo di Programma si occuperanno, ognuno per le proprie competenze, della ricerca delle misure nazionali e regionali eventualmente utilizzabili per la copertura finanziaria dei singoli progetti di miglioramento inseriti nel Programma.

Il Soggetto promotore è responsabile dell'applicazione pratica di quanto contenuto nel Programma di miglioramento così come della sorveglianza del suo avanzamento nel tempo.

Successivamente all'approvazione del Programma Territoriale, il Soggetto Promotore curerà la sua distribuzione agli attori coinvolti nella realizzazione degli interventi pianificati.

Il Soggetto promotore si occupa del suo aggiornamento e mantiene i rapporti con tutti i soggetti responsabili, così da seguire l'andamento delle varie azioni pianificate ed essere costantemente aggiornato degli sviluppi negli ambiti di intervento e poter decidere, in seno al Comitato di Gestione, le azioni correttive da intraprendere in caso di eventuali mancati raggiungimenti di quanto stabilito.

Infine, per sorvegliare l'andamento delle azioni di miglioramento inserite nel Programma Territoriale, sarà definito un Piano di Monitoraggio contenente i vari indicatori ambientali, di sicurezza ed energetici in precedenza individuati.

La definizione e l'aggiornamento del Piano di monitoraggio sono coordinati dal Distretto: in questo modo, ci sarà la possibilità di dialogare in maniera chiara, rapida e trasparente tra i diversi soggetti responsabili dell'attuazione del miglioramento all'interno del distretto e di verificare i risultati conseguiti dalle azioni pianificate in capo a ciascuno di essi.

Materiale prodotto

- Politica del Distretto.
- Programma di Miglioramento Territoriale.
- Piano di Monitoraggio.
- Attestato EMAS.

Macro-Fase 2 "Percorsi di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 delle PMI del Distretto":

Azione n. 1 Analisi degli aspetti di sicurezza, di qualità e di etica sociale del Distretto

Obiettivi: Individuare i punti di forza e di debolezza del sistema produttivo.

Attività

1.1 Mappatura dei processi

Saranno identificate le aziende del Sistema produttivo e mappate secondo una suddivisione del Sistema in sotto settori verticali ed orizzontali. Per ognuna dei sotto settori identificati saranno individuati i processi aziendali sia gestionali che produttivi. Per ognuno dei processi saranno analizzati gli aspetti ambientali, di sicurezza, di qualità e di etica sociale collegati. La fase di identificazione sarà effettuata in campo attraverso sopralluoghi presso le aziende più rappresentative delle varie filiere identificate.

1.2 Analisi SWOT

L'analisi SWOT (**S**trengths) (**W**eaknesses) (**O**pportunities) (**T**hreats) consentirà di identificare i punti di forza di debolezza, le opportunità e le minacce del Sistema produttivo del Distretto e delle aziende del Distretto per i quattro elementi: Ambiente, Sicurezza sul Lavoro, Qualità ed Etica Sociale. I punti di forza saranno la base sulla quale costruire un modello di “Distretto” per un Sistema Integrato che consentirà alle aziende di essere conformi alle norme volontarie che dettano i requisiti dei quattro sistemi di gestione aziendali: ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001 e SA 8000.

Documentazione

Analisi SWOT

Azione n. 2 Identificazione del Modello e Redazione delle Linee Guida di Settore

Obiettivi: Individuazione di un Modello per l'implementazione dei Sistemi di Gestione Integrati e redazione della Linea Guida per la loro applicazione.

Attività

2.1 Identificazione del Modello del Sistema di Gestione Integrato

Sulla base dei risultati della Fase 1 sarà individuato il “Modello” di Sistema di Gestione Integrato che consente alle aziende del Distretto di poter avere una struttura documentale e tecnica per implementare con semplificazioni sistemi aziendali conformi alle norme di riferimento: ISO 14001 – OHSAS 18001 – SA 8000 – ISO 9001. Il modello prendendo spunto dalle criticità dei processi aziendali analizzati darà le indicazioni per affrontare le seguenti barriere all'applicazione delle norme di riferimento:

- Conformità legislativa
- Eccessiva documentazione
- Competenze professionali
- Efficacia della documentazione in funzione delle attività di settore
- Conoscenze tecniche.

Il modello individuerà per ogni processo aziendale (secondo lo schema ISO 9001) le criticità aziendali, i processi gestionali e tecnologico per il superamento, la documentazione richiesta, le competenze professionali necessarie.

2.2 Redazione della Linea Guida per la loro applicazione

Per consentire alle aziende del Distretto di applicare il Modello del Sistema di Gestione Integrato saranno redatte delle "Linee Guida" contenenti la documentazione del sistema e la documentazione tecnica necessaria all'implementazione dei sistemi di gestione. Le Linee Guida saranno differenziate dove possibile per sotto-settori e consentiranno alle aziende di intraprendere un percorso di certificazione per tutte le quattro le norme di riferimento o solo per ognuna di quelle che le aziende ritengono necessarie per la loro gestione. La Linea Guida prima della loro pubblicazione sarà testata in alcune aziende campione rappresentative dei sotto settori individuati.

Documentazione

Linea Guida per l'implementazione del Sistema di Gestione Integrata

Azione n. 3 Certificazione di n° 20 aziende campione

Obiettivi: Avviare e completare il percorso di certificazione presso n° 20 aziende del Distretto.

Attività

3.1 Certificazione delle aziende

Le aziende campione avvieranno il percorso di certificazione delle norme SA 8000, ISO 14001, OHSAS 18001 e ISO 9001 con il supporto delle Linee Guida prodotte attraverso le seguenti fasi

- Analisi dei processi
- Verifica della Conformità normativa
- Politica e Programma di Miglioramento
- Redazione della documentazione del Sistema
- Applicazione del Sistema di Gestione
- Audit Interno e Riesame della Direzione
- Verifica di III° parte dell'Ente di Certificazione
- Risoluzione delle eventuali Non Conformità.

Documentazione

Sistema di Gestione Aziendale conforme alle norme ISO 14001 – OHSAS 18001 – ISO 9001 e SA 8000

Azione n. 4 Formazione aziendale

Obiettivi: Sviluppare le competenze del personale delle aziende sulle tematiche dell'Ambiente, Salute e Sicurezza sul Lavoro, Etica Sociale e Qualità.

Attività

4.1 Formazione del personale

Saranno effettuati degli interventi formativi con il personale aziendale miranti a sviluppare le competenze nei settori Ambiente, Salute e Sicurezza sul lavoro, Qualità ed Etica Sociale. Gli interventi formativi saranno divisi in tre livelli:

- Sensibilizzazione del personale che prevedono interventi di breve durata (2 ore) per introdurre le tematiche oggetto dei corsi e le norme di riferimento;
- Formazione che prevedono interventi di durata media (4 ore) per formare il personale aziendale sui requisiti specifici delle norme e consentire la loro implementazione in azienda;
- Formazione specialistica che prevedono interventi di 8 ore per la formazione di figure professionali che possono condurre Audit Interni per la verifica della conformità ai requisiti delle norme di riferimento (ISO 14001, SA 8000, OHSAS 18001, ISO 9001).

Documentazione

Materiale didattico

Azione n. 5 Attivazione dello "Sportello della Sostenibilità" e azioni di disseminazione sul territorio

Obiettivi: Attivazione dello "Sportello di sostenibilità" per supportare le aziende del Distretto nell'attuazione dei Sistemi di gestione aziendali (ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, SA 8000).

Attività

5.1 Attivazione dello Sportello

Sarà individuata una sede per l'attivazione di un centro per il supporto alle aziende, denominato "Sportello della Sostenibilità" dotato di personale specializzato nella applicazione delle norme volontarie (ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, SA 8000). Lo Sportello della sostenibilità erogherà servizi alle aziende per il supporto nelle tematiche oggetto della certificazione quali: l'aggiornamento normativo, l'analisi delle migliori tecnologie in campo ambientale - energetico, della sicurezza sul lavoro, della qualità del prodotto e dei processi. Lo Sportello sarà per tutta la durata del progetto e anche successivamente il punto di riferimento delle aziende e nodo della rete per l'innovazione tecnologica nel settore della moda.

Documentazione

Materiali legislativo e tecnico

5.2 Disseminazione sul territorio

Per diffondere i risultati del progetto alle altre aziende del Distretto e per garantire per tutta la durata del progetto il supporto e l'interesse dei partner al progetto. Sono previsti due convegni pubblici, il primo durante il progetto e il secondo a chiusura del progetto. Sono inoltre previsti dei workshop tecnici sul territorio per sviluppare l'interesse delle parti interessate (associazioni industriali, sindacati, enti pubblici, clienti, ed altro) al progetto.

Documentazione

Materiali legislativo e tecnico

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Costo totale del progetto 840.000 Euro

Azioni	Importo
Macro-Fase 1	
Azione n. 1 La Sottoscrizione dell'Accordo di Programma	€ 30.000,00
Azione n. 2 L'analisi Ambientale – Energetica Territoriale	€ 120.000,00
Azione n. 3 Analisi della filiera produttiva	€ 110.000,00
Azione n. 4 Rilascio dell'Attestato EMAS al Soggetto Promotore	€ 40.000,00
Macro-Fase 2	
Azione n. 1 Analisi del Sistema Produttivo del Distretto	€ 90.000,00
Azione n. 2 Identificazione del Modello e Redazione delle Linee Guida di Settore	€ 120.000,00
Azione n. 3 Certificazione di n° 20 aziende campione	€ 210.000,00
Azione n. 4 Formazione aziendale	€ 40.000,00
Azione n. 5 Attivazione dello "Sportello della Sostenibilità" e azioni di disseminazione sul territorio	€ 90.000,00
Totale generale	€ 840.000,00

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

Macrovoce	Importo
1 Costi del personale interno	€ 150.000,00
2 Costi per l'assistenza esterna	€ 570.000,00
4 Prodotti di consumo	€ 20.000,00
5 Costi Ente di certificazione	€ 80.000,00
Totale generale	€ 840.000,00

8.3 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013^{††}, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)

Per il finanziamento della presente Proposta progettuale, si può fare riferimento alle seguenti risorse finanziarie:

- PO FESR della Regione Puglia per il 2007-2013 - ASSE I "Promozione, valorizzazione e diffusione della ricerca e dell'innovazione per la competitività" - Linea d'intervento 1.2 "Rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico della Regione a sostegno della domanda delle imprese": Azione 1.2.2 "Progetti di ricerca congiunti imprese-organismi di ricerca"; ASSE VI "Competitività dei Sistemi produttivi e occupazione" - Linee d'intervento 6.1 "Interventi per la competitività delle imprese".

L'obiettivo operativo di tale Linea d'intervento, coerente con la presente proposta è: "consolidare la crescita del tessuto produttivo attraverso progetti integrati di filiera promossi anche dai Distretti Produttivi, a favore dell'innovazione, della logistica e dell'integrazione delle fasi di produzione e di commercializzazione";

La Giunta Regionale ha approvato, con DGR n. 750 del 7/05/2009, il Programma Pluriennale dell'Asse VI del PO FESR 2007-2013, ai sensi del quale, in virtù di quelli che sono gli obiettivi operativi delle succitate Linee d'Intervento, l'azione di possibile interesse per la copertura finanziaria della presente proposta progettuale è:

Azione 6.1.3: "Servizi di consulenza per l'innovazione delle imprese".

In questo caso, lo strumento operativo di riferimento è il **Regolamento generale dei regimi di Aiuto in esenzione** che, a sua volta, si richiama esplicitamente alla Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01).

- PON Ricerca e Competitività 2007-2013, per la parte di ricerca ed innovazione del progetto proposto in linea con quanto previsto dall'*Obiettivo Specifico 1.1 "Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico-tecnologico per la transizione all'economia della conoscenza"*, *Obiettivo Operativo 1.1.1 "Aree scientifico-tecnologiche generatrici di processi di trasformazione del sistema produttivo e creatrici di nuovi settori"*.

Lo strumento operativo è l'art. 12 DM 593/2000, mentre la definizione delle aliquote di finanziamento avverrà sulla base della Disciplina Comunitaria in materia di Aiuti di Stato a favore di Ricerca, Sviluppo e Innovazione (2006/C 323/01), ai sensi di quanto previsto al punto 5, sotto-punti 5.1.2, 5.1.3.

Pertanto, i co-finanziamenti a carico dei soggetti attuatori del progetto varieranno in funzione della tipologia degli stessi e della sussistenza di eventuali requisiti per la concessione di ulteriori agevolazioni.

^{††} Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

In questa fase preliminare, si può stimare un finanziamento richiesto pari al 50% dei costi ammissibili, ossia un finanziamento pari a 270 Keuro

Di seguito sono riportate le fonti di copertura dell'investimento e le rispettive stimate intensità:

Ammontare contributo pubblico	50%
Apporto di mezzi propri	30%
Finanziamenti a m/l termine	10%
Finanziamenti a breve termine	10%

Il presente progetto si configura come intervento di Sistema ed i relativi risultati attesi costituiranno un patrimonio di tutto il Sistema Distrettuale che potrà pienamente beneficiarne.

8.4 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

➤ **II CETMA**

Il CETMA è un **consorzio** operativo tra enti pubblici di ricerca ed aziende private che si configura come **organismo di ricerca applicata** sui materiali avanzati e le relative tecnologie di lavorazione, sulle tecniche e i metodi innovativi di design, progettazione e produzione. È un soggetto **senza scopo di lucro e tutti i suoi utili sono reinvestiti in attività di ricerca e di formazione**.

Il CETMA conta oltre 75 addetti e, in tal senso, si pone fra i più grandi centri di ricerca privati in Italia tenendo conto che l'ISTAT nel 2001 ha censito solamente 35 centri con più di 50 addetti su oltre 7000 unità locali private appartenenti alla categoria ATECO 73100 (Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze naturali e dell'ingegneria).

➤ **I soci**

I soci del CETMA sono:

- ENEA 51%
- Università di Lecce 5%
- D'Appolonia SpA 13%
- Infobyte SpA 11%
- Telcom SpA 11%
- Alfa Edile S.r.l 5%
- Cemit S.r.l. 2%
- Igeam S.r.l. 2%

In particolare, il Consorzio CETMA, vanta nella propria compagine consortile, la competenza/esperienza di IGEAM Srl (propria società consorziata), in materia di

certificazioni aziendali (ambiente, sicurezza, equità sociale) e di aree industriali sostenibili, che è stata, in particolare, acquisita, attraverso progetti di rilievo nazionale ed europeo.

➤ **La visione**

Il CETMA opera nella piena consapevolezza di quanto sia importante **l'innovazione per lo sviluppo economico e sociale** della nostra società, ma anche di quanto questa sia un **processo complesso, rischioso e multidisciplinare** che richiede **l'interazione e la cooperazione** dei diversi attori coinvolti.

Il CETMA si pone come **elemento di raccordo** e di integrazione tra i diversi operatori dell'innovazione: **produttori, utilizzatori e mediatori di conoscenza**.

➤ **La missione**

Il CETMA persegue la sua missione **accrescendo ed integrando** discipline **pervasive ed abilitanti** quali:

- Ingegneria dei **materiali**
- Ingegneria **informatica**
- **Design** industriale

Utilizzando in **forma integrata** queste specifiche competenze, esso è in grado di porsi come un **centro multidisciplinare di sviluppo prodotto**.

➤ **La produzione**

Il **valore annuale della produzione** si aggira intorno ai **10-12 milioni** di euro. La produzione è costituita per una quota pari al **60-70% da progetti di ricerca** i cui finanziamenti derivano **in parte da fondi pubblici** nazionali e comunitari generalmente acquisiti con procedure concorsuali (partecipazione a bandi), **in parte dal cofinanziamento dei soci e in parte dall'autofinanziamento del consorzio**.

La restante parte (**30-40%**) della produzione è costituita da **attività di ricerca e di ingegneria avanzata commissionata da aziende ed enti**.

In altri termini, si può affermare che il **know-how prodotto** con i propri investimenti in progetti di ricerca, **viene trasferito** ai propri clienti per favorirne i processi di innovazione e competitività.

9. Cronoprogramma e Procedure

9.1 Cronoprogramma dell'intervento

ATTIVITÀ	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	XVI	XVII	XVIII
----------	---	----	-----	----	---	----	-----	------	----	---	----	-----	------	-----	----	-----	------	-------

MACROFASE 1

1. Sottoscrizione Accordo di Programma																		
4. L'Analisi Ambientale Territoriale																		
3.1 Analisi dei processi produttivi																		
3.2 Gap analysis rispetto alle Best Practice																		
4.1 Struttura organizzativa Soggetto Promotore																		
4.2 Pianificazione strategia Soggetto Promotore																		

Macrofase 2

1. Analisi del sistema Produttivo del distretto																		
2. identificazione del modello e Redazione delle Linee Guida di Settore																		
3- Certificazione di n. 20 aziende campione																		
4. Formazione aziendale																		
5. Attività dello Sportello della Sostenibilità e azioni di disseminazione sul territorio																		

9.2 Indicazione dei meccanismi, delle procedure e dell'organizzazione del sistema di attuazione del progetto, con indicazione degli eventuali adempimenti tecnici, amministrativi e procedurali (autorizzazioni, pareri, nulla osta preliminari ai quali è subordinato l'avvio dell'iniziativa e dei tempi previsti per il loro rilascio)

I rapporti tra i co-proponenti la presente proposta progettuale saranno regolamentati attraverso uno specifico accordo di natura contrattuale (Partnership Agreement) con precisa definizione dei seguenti aspetti:

1. ruoli di ciascun partner di progetto e definizione del rispettivo budget;
2. modalità di gestione del progetto;
3. proprietà, protezione e modalità di sfruttamento dei risultati immateriali;
4. costituzione e definizione delle regole di consultazione partenariale ed istituzionale, di condivisione e pianificazione delle strategie d'intervento.

Nello specifico, per ciò che concerne i rapporti con gli altri soggetti, pubblici e privati portatori d'interessi sul territorio, si procederà alla sottoscrizione di un Accordo di Programma tra le imprese produttive del distretto (beneficiarie degli interventi di consulenza e di ricerca ed innovazione tecnologica), con gli altri co-proponenti individuati nella presente proposta progettuale (organismo di ricerca CETMA, Associazioni di Categoria individuate, altri soggetti privati qualificati a supportare i processi di innovazione delle imprese distrettuali ed elevarne così il potenziale di competitività quali IGEAM Srl), del pari sottoscrittori del distretto, al fine di regolamentare i seguenti aspetti:

1. ruoli di ciascun partner di progetto e definizione delle attività progettuali di rispettiva competenza, con indicazione del relativo valore economico;
2. modalità di gestione del progetto e di realizzazione dello Sportello per la sostenibilità ambientale;

3. proprietà, protezione e modalità di sfruttamento dei risultati immateriali;
4. individuazione della sede dello Sportello e delle modalità di messa in comune e di gestione delle attrezzature e dei beni materiali e di ripartizione dei relativi costi;
5. individuazione delle modalità di attuazione delle forme stabili di gestione a regime dello Sportello;
6. costituzione e definizione delle regole di consultazione partenariale ed istituzionale, di condivisione e pianificazione delle strategie d'intervento.

I soggetti firmatari dell'Accordo di Programma individueranno il Soggetto Promotore della gestione sostenibile nel Distretto.

Sarà costituito un Comitato di Gestione a supporto del Soggetto promotore lungo tutto il percorso che lo stesso dovrà intraprendere, con ruoli tecnici e di sostegno per l'adozione delle politiche strategiche sul territorio.

Il Comitato di Gestione si riunirà almeno 1 volta ogni 2 mesi per valutare le scelte fatte, le azioni intraprese e da intraprendere, l'andamento del progetto. Nello specifico saranno individuati:

10. Eventuali Procedure di consultazione partenariale

Forme di consultazione interistituzionale e del partenariato economico-sociale pubblico/privato eventualmente attivate (allegare breve Relazione descrittiva con eventuali protocolli di intesa sottoscritti)

La presente proposta progettuale è stata condivisa tra i soggetti proponenti incluse le PMI aderenti al distretto della Filiera Moda in occasione delle riunioni periodiche organizzate dal Comitato di Distretto e finalizzate alla definizione e condivisione delle strategie di sviluppo del distretto.

11. Eventuali Allegati

(Delibere, Protocolli, Patrocini, ecc...)

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

La gestione sostenibile attraverso il conseguimento dell'attestato *EMAS* da parte del Soggetto Promotore del Distretto

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80

ETTORE NEGRO sas – Ettore Negro	Produzione berretti cappelli	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	15
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

CLUSTER SOCIAL RESPONSABILITY - PERCORSO DI CERTIFICAZIONE ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 DELLE PMI DEL DISTRETTO

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
Caradonna Felice	Creazione gioielli	Via Putignani,	Via Putignani, 76 - Bari	5

		76 - Bari		
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trvisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
BARBETTA srl – Carmine Luciano Barbetta	Fornitura di servizi alle aziende della moda	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	49
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella,	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km.	15

		65/T - Roma	7+300 - Brindisi	
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

**PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA”**

SCHEDA DI PROGETTO

DUE PASSI AVANTI PER IL MADE IN ITALY

1. Titolo dell'intervento

DUE PASSI AVANTI PER IL MADE IN ITALY

2. Tipologia dell'intervento

- ☐ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale
☐ Innovazione
☒ Formazione
☐ Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

Confindustria Lecce, ACRIB, Sindacati, Politecnico Calzaturiero.

4. Dati indicativi del capofila

Indirizzo: Via Vito Fornari, 12 Lecce

Legale rappresentante: Piero Montinari

Telefono 0832 316061 Fax 0832 397402 e-mail segreteria@confindustrialecce.it

Responsabile della proposta di Progetto: Confindustria Lecce

5. Localizzazione dell'intervento

Sede: Sviluppo Italia – Casarano Lecce

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
☐ Provincia
☒ Regione
☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

Per le imprese uno dei principali fattori di successo è rappresentato dalle risorse umane, per cui prioritario risulta lo strumento della formazione, in particolare per creare nuove figure professionali richieste dall'evoluzione del sistema moda e per rafforzare altre figure di cui il sistema risulta ancora carente in questa fase di riposizionamento competitivo che il settore sta attraversando.

Pertanto obiettivo fondamentale è quello di dar vita ad una scuola di formazione per il settore della moda.

Si prevede, quindi, la realizzazione di un Centro di Competenza che sarà composto da una rete costituita da una Scuola di formazione tecnico-stilistica, professionale e di management per il Sistema Moda, da un Centro di sviluppo modelli e prototipia per il settore moda.

La Scuola di Formazione tecnico-stilistica professionale e di management per il Sistema Moda sarà coordinata, per l'intera Regione, in attuazione del progetto "Due passi avanti per il Made in Italy"; inserito nell'Accordo di Programma sul TAC del 1 aprile 2008. La scuola di formazione sarà costituita in partnership con Confindustria Lecce, A.C.R.i.B (Associazione Calzaturifici Riviera del Brenta), Il Politecnico Calzaturiero di Stra (VE).

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Il Centro di Competenza parte dalla necessità delle aziende del settore moda di essere sostenute nel riposizionamento delle produzioni, attraverso la formazione di risorse umane in grado di accompagnare gli imprenditori nelle fasi di cambiamento e all'innovazione tecnologica. Tutto ciò in coerenza con le linee di indirizzo definite nel Documento Strategico della Regione Puglia per gli anni 2007-13, che indica nei propri obiettivi prioritari lo sviluppo e rafforzamento del capitale umano e dell'innovazione attraverso una politica di integrazione tra sistema scolastico, università, formazione professionale e sistema produttivo ed, in particolare, attraverso forme di sostegno alle alte specializzazioni professionali e al trasferimento tecnologico.

Il Centro si propone di:

- integrare le attività dei soggetti istituzionali e delle strutture formative del territorio (scuola, università, formazione professionale), valorizzandone il contributo in termini di competenze differenziate;
- creare un forte legame con i fabbisogni di professionalità connessi alla programmazione dello sviluppo economico, ponendo particolare attenzione a quei settori in cui è debole l'offerta formativa esistente;
- creare uno stretto raccordo con il mondo del lavoro;
- implementare nuove tecnologie nel settore moda
- promuovere la cultura della certificazione di sistemi di qualità.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Il piano formativo è uno strumento integrato che, partendo dall'orientamento, dall'alternanza, dalla formazione formatori, dalla prima formazione, dalla formazione continua, dall'alta formazione, si coniuga con la ricerca applicata, con l'innovazione di processo e di prodotto.

Esso si pone i seguenti obiettivi:

- individuare i fabbisogni delle imprese;
- sviluppare collaborazioni con l'università in genere ed in particolare per la formazione di nuove figure;

- rafforzare le competenze delle figure considerate critiche;
- facilitare, a tutti i livelli, il ricambio generazionale;
- elaborare politiche per l'inserimento ;
- promuovere la diffusione di tecnologie che consentano l'introduzione, nei processi e nella filiera, di avanzate metodologie informatiche;
- facilitare l'uso di innovative tecnologie di prototipazione;
- diffondere la cultura dell'innovazione e della ricerca;
- allargare i confini della tradizionale formazione dai livelli locali a quelli europei ed internazionali;
- creare percorsi di alta formazione capaci di coniugare la creatività con il saper fare;
- intrecciare strette collaborazioni tra le strutture formative locali con quelle di altre regioni particolarmente orientate al settore.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Per compiere l'intervento formativo si dovranno realizzare:

a) percorsi di riqualificazione e formazione delle maestranze locali allo scopo di dar vita a profili professionali di riferimento per il distretto pugliese della Moda, avvalendosi a tal fine dell'esperienza del Politecnico Calzaturiero Scarl;

In dettaglio:

1. Analisi del territorio: Analisi di mercato quali-quantitative, Coinvolgimento delle Istituzioni locali della Regione Puglia, Visite aziendali nelle aree del sistema moda della Puglia, Comunicazione e Promozione.

2. Insediamenti Produttivi: Creazione di partenariati produttivi, Interventi di nuova industrializzazione, Condivisione di strategie produttive e commerciali, Condivisione di modelli di relazioni sindacali.

3. Formazione dei Lavoratori: Analisi dei fabbisogni, Monitoraggio delle competenze, Riqualificazione dei lavoratori, Formazione di tecnici e quadri aziendali, Formazione manageriale, Formazione per imprenditori.

4. Laboratori : Realizzazione a supporto delle imprese dei campionari e prototipi.

5. Gestione Gestione delle strutture, Realizzazione di eventi promozionali, Coordinamento e monitoraggio del progetto.

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

L'intervento prevede un investimento di circa 9 milioni di euro così articolati:

Attività di:

- analisi degli scenari e prospettive settori moda (a)			
- analisi dei fabbisogni, delle nuove professionalità, delle competenze chiave e dell'offerta formativa (b)			
a+b	€ 1.000.000		
- orientamento (c)			
- alternanza (d)			
- stage (e)			
c+d+e	€ 1.000.000		
- formazione giovani ed adulti (f)			
- formazione continua (g)			
- alta formazione (h)		f+g+h	€
2.000.000			
- Università (i)			
- centri di ricerca (l)			
- laboratori (m)		i+l+m	€
5.000.000			
per campionari e prototipia			
Totale	€ 9.000.000		

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

I costi verranno coperti con finanziamenti pubblici a valere sui POR. I ricavi saranno rappresentati dagli stessi finanziamenti. Negli anni successivi questi verranno incrementati con i ricavi dell'attività autonoma del Politecnico sia sul versante della formazione, della prototipazione dei prodotti e dei campionari, con l'obiettivo di raggiungere il pareggio di gestione.

8.3 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013^{††}, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)

L'attività di formazione verrà finanziata sul Fondo Sociale Europeo, FondImpresa, FonDirigenti nonché con risorse private. L'attività di produzione dei campionari e prototipia verrà finanziata dalle risorse delle imprese.

8.4 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

La struttura che assumerà la gestione dell'intervento sarà il "Politecnico della Moda Scarl" costituito inizialmente in partnership dalle Confindustria territoriali, A.C.R.i.B (Associazione Calzaturifici Riviera del Brenta), il Politecnico Calzaturiero di Stra (VE). La compagine sarà poi aperta con soci Istituzionali, CCIAA, Province, Università.

Il nuovo soggetto potrà contare sull'esperienza e competenza del Politecnico Calzaturiero di Stra che da oltre 85 anni sostiene nel Veneto ed in Italia attività di orientamento dei giovani, della formazione tecnica dei diplomati e laureati e della formazione continua dei quadri e dei tecnici delle aziende del settore calzaturiero e sul know how di tutti gli altri partner.

9. Cronoprogramma e Procedure

1. Analisi del territorio: Analisi di mercato quali-quantitative, Coinvolgimento delle Istituzioni locali della Regione Puglia, Visite aziendali nelle aree del sistema moda della Puglia, Comunicazione e Promozione. **2. Insediamenti Produttivi:** Creazione di partenariati produttivi, Interventi di nuova industrializzazione, Condivisione di strategie produttive e commerciali, Condivisione di modelli di relazioni sindacali. **3. Formazione dei Lavoratori:** Analisi dei fabbisogni, Monitoraggio delle competenze, Riqualificazione dei lavoratori, Formazione di tecnici e quadri aziendali, Formazione manageriale, Formazione per imprenditori. **4. Laboratori :** Realizzazione a supporto delle imprese dei campionari e prototipi. **5. Gestione** Gestione delle strutture, Realizzazione di eventi promozionali, Coordinamento e monitoraggio del progetto.

9.1. Cronoprogramma dell'intervento

AZIONE 1: ANALISI DEL TERRITORIO

^{††} Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

2	At tiv ità / Period o 2010	3	g e n	4	f e b	5	m a r	6	a p r	7	m a g	8	g i u	9	l u g	10	a g o	11	s e t	12	o t	13	n o v	14	d i c
15	At tiv ità 1. 1	16		17		18		19		20		21		22		23		24		25		26		27	
28	At tiv ità 1. 2	29		30		31		32		33		34		35		36		37		38		39		40	
41	At tiv ità 1. 3	42		43		44		45		46		47		48		49		50		51		52		53	
54	At tiv ità 1. 4	55		56		57		58		59		60		61		62		63		64		65		66	

66.5

AZIONE 2: INSEDIAMENTI PRODUTTIVI

67	At tiv ità / Period o 2010	68	g e n	69	f e b	70	m a r	71	a p r	72	m a g	73	g i u	74	l u g	75	a g o	76	s e t	77	o t t	78	n o v	79	d i c
80	At tiv ità 2. 1	81		82		83		84		85		86		87		88		89		90		91		92	
93	At tiv ità 2. 2	94		95		96		97		98		99		100		101		102		103		104		105	
106	At tiv ità 2. 3	107		108		109		110		111		112		113		114		115		116		117		118	
119	At tiv ità 2. 4	120		121		122		123		124		125		126		127		128		129		130		131	

131.5

AZIONE 3: FORMAZIONE DEI LAVORATORI

132 At tiv ità / Period o 2010	133 g e n	134 f e b	135 m a r	136 a p r	137 m a g	138 g i u	139 l u g	140 a g o	141 s e t	142 o t t	143 n o v	144 d i c
145 At tiv ità 3. 1	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157
158 At tiv ità 3. 2	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170
171 At tiv ità 3. 3	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183
184 At tiv ità 3. 4	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196
197 At tiv ità 3. 5	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209
210 At tiv ità 3. 5	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222

AZIONE 4: LABORATORI

223 At tiv ità / Period o 2010	224 g e n	225 f e b	226 m a r	227 a p r	228 m a g	229 g i u	230 l u g	231 a g o	232 s e t	233 o t	234 n o v	235 d i c
236 At tiv ità 4. 1				240	241	242	243	244	245	246	247	248

248.5

AZIONE 5: GESTIONE

249 At tiv ità / Period o 2010	250 g e n	251 f e b	252 m a r	253 a p r	254 m a g	255 g i u	256 l u g	257 a g o	258 s e t	259 o t	260 n o v	261 d i c
262 At tiv ità 5. 1	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274
275 At tiv ità 5. 2	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287
288 At tiv ità 5. 3	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300

9.2 Indicazione dei meccanismi, delle procedure e dell'organizzazione del sistema di attuazione del progetto, con indicazione degli eventuali adempimenti tecnici, amministrativi e procedurali (autorizzazioni, pareri, nulla osta preliminari ai quali è subordinato l'avvio dell'iniziativa e dei tempi previsti per il loro rilascio)

La fase della consultazione è stata effettuata. Il Progetto della Moda è stato inserito nel Piano Strategico dell'Area Vasta di Casarano a valere sui Fondi P.O.R 2007-2013. Il Finanziamento avverrà nell'ambito dei fondi regionale 2007-2013.

Per quanto riguarda l'ubicazione dell'Ente di Formazione sarà all'interno della sede di Sviluppo Italia di Casarano Lecce e sarà affidata in comodato d'uso.

9.3. Potenzialità Formative Annue del Politecnico della Moda

La struttura così come delineata nel progetto, inserita in un contesto regionale che conta circa 5.600 imprese e 10.000 addetti, ha una potenzialità formativa pari a 100/150 allievi per il settore calzaturiero e 100/150 per il Settore Moda. Per i corsi di Scuola e Tecnici della Calzatura e della Moda n. 100/150 corsi su Fondimpresa, con una potenzialità pari a 500/700 dipendenti per circa 3.000/3500 ore di formazione, n. 500/700 allievi di formazione mirata, finanziata dal Fondo Sociale Europeo.

Inoltre: in collaborazione con i I.F.T.S. il Politecnico della Moda ha una potenzialità di intervento per formazione n. 40/60 Tecnici superiori per il disegno e la progettazione industriale, n. 20/30 tecnico progettista CAD diplomati laureati. Su richiesta delle imprese Il Politecnico della Moda potrà formare figure specializzate in un numero di 50/100, per il settore calzaturiero e abbigliamento.

Infine la struttura potrà formare dai 40 ai 50 allievi diplomati e laureati con corsi di formazione master.

N.B.: Ai fini dell'avvio dell'attività formativa sono stati presentati alla Regione Puglia dal Politecnico della Calzatura per conto dei soggetti firmatari dell'accordo "Due passi avanti per il Made in Italy" 4 schede di progetti formativi che si allegano

10. Eventuali Procedure di consultazione partenariale

Forme di consultazione interistituzionale e del partenariato economico-sociale pubblico/privato eventualmente attivate (allegare breve Relazione descrittiva con eventuali protocolli di intesa sottoscritti)

(Delibere, Protocolli, Patrocini, ecc...).

SCHEDA ATTUATIVA DI INTERVENTO FORMATIVO

Titolo/ corso	Denominazione	<i>Operatore Addetto al Reparto Montaggio di Calzature</i> 301
Profilo		<i>L'Operatore Addetto al Montaggio di Calzature lavora lungo la manovia ed effettua alcune operazioni manuali ed, altre, con l'uso di attrezzature e macchine finalizzate al montaggio di calzature.</i>
Elencazione compiti e attività	dei delle	<i>Preparazione al montaggio con inserimento del puntale e contrafforte Applicazione sottopiede Montaggio della tomaia Incollaggio di fondo e suola Pressatura della suola Estrazione della forma Applicazione del tacco Fasciatura suoletta e tacco</i>
Destinatari		<i>Con riferimento all'art. 7 dell'Accordo di programma per l'attuazione coordinata dell'intervento nell'area di crisi industriale di, ad elevata specializzazione nei settori del Tessile, Abbigliamento e Calzaturiero del PIT n. 9 territorio Salento-Leccese, possono presentare domanda per partecipare al percorso formativo persone iscritte alle liste di mobilità.</i>
Requisiti preferenziali ammissione	di	<i>Costituiscono requisiti preferenziali per l'ammissione: l'età (inferiore ai 30 anni); il livello di reddito; i carichi di famiglia; l'anzianità nel settore; le specifiche conoscenze ed abilità acquisite lavorando nel Reparto Montaggio.</i>
Modalità selezione	di	<i>La selezione dei candidati verrà effettuata in base all'ordine di arrivo della domanda di iscrizione, all'esame dei requisiti preferenziali di ammissione ed ad un colloquio orale.</i>
Durata		<i>Il Corso dura 120 ore ed è diviso in tre moduli:</i> <i>- Modulo generale 8 ore</i> <i>- Modulo trasversale 16 ore</i> <i>- Modulo competenze tecnico professionali 96 ore</i>

Ore di teoria, ore di esercitazioni pratiche	<i>Ore di teoria</i> 40 <i>Ore di esercitazioni pratiche</i> 80
Unità formative	<i>Modulo generale:</i> - <i>Socializzazione di gruppo</i> - <i>Patto formativo</i> - <i>Analisi delle competenze</i> - <i>Analisi figura</i> <i>Modulo Competenze Trasversali:</i> - <i>competenze relazionali</i> - <i>Sicurezza negli ambienti di lavoro</i> <i>Modulo Competenze Tecnico Professionali:</i> <i>Tecnologia della calzatura:</i> - <i>il piede e la struttura di una calzatura</i> - <i>gli sviluppi in taglie</i> - <i>le fasi di lavorazione (taglio, orlatura, montaggio e finissaggio)</i> - <i>il montaggio: ciclo operazioni su due tipologie di modelli (scarpa e sandalo)</i> <i>Esercitazioni pratiche:</i> - <i>Preparazione al montaggio</i> - <i>Applicazione sottopiede</i> - <i>Fasciatura suoletta e tacco</i> - <i>Montaggio a macchina</i> - <i>Correzione a mano del montaggio effettuato a macchina</i> - <i>Incollaggio di fondo e suola</i> - <i>Montaggio sandalo a mano</i> - <i>Partecipazione a tutte le fasi di montaggio di una calzatura</i>
Metodologia didattica	<i>Le lezioni saranno articolate in una parte teorica in cui verranno illustrati i contenuti dei diversi argomenti trattati, di una parte pratica in cui gli allievi eseguiranno i lavori assegnati e di una parte di interazione personalizzata con l'insegnante per la correzione e la prova dei lavori eseguiti.</i> <i>Tecnologie ed attrezzature utilizzate : strumentazione propria del tecnico calzaturiero, lavagna, lavagna luminosa e a fogli mobili, supporti audiovisivi</i>
Prove di valutazione	<i>A fine corso verrà somministrato un test per valutare le conoscenze teoriche acquisite dagli allievi.</i> <i>Inoltre, durante il percorso formativo i docenti, sulla base delle esercitazioni previste, valuteranno le abilità acquisite dagli allievi.</i>
Docenti	- <i>Modellista di Calzature</i>

	- <i>Responsabile produzione</i> - <i>Tecnico di produzione</i>
Risorse strutturali ed attrezzature	- <i>Aula didattica con 12 posti, televisore e videoregistratore, lavagna luminosa, lavagna a fogli mobili.</i> - <i>Personal Computer e videoproiettore</i> - <i>Laboratorio di taglio con 12 posti di lavoro</i> - <i>Laboratorio di preparazione e orlatura con 12 posti di lavoro</i> - <i>Laboratorio di Montaggio (interno ed esterno)</i> - <i>Corredo individuale del modellista di calzature: trincetto, compasso, stecca metallica, cordella metrica, triangolo con manico, tenaglia, martello, levachiodi, matite, gomme</i> - <i>Materiale di consumo: forme per calzature, sottopiedi, suole, tacchi, pelle, tomaie e fodere tagliate, tomaie e fodere orlate, carta adesiva, cartoncino, etc..</i>
Servizi a Supporto dell'utenza	<i>Buono Pasto</i>
N. max. allievi	<i>12</i>
Costo/ora formativa	<i>875,00 €/ora +IVA</i>
Costo Totale	<i>105.000,00</i>
	<i>Sono previste delle visite aziendali</i>

Titolo/ corso	Denominazione	Operatore Addetto al Reparto Finissaggio di Calzature 302
Profilo		<i>L'Operatore Addetto al Finissaggio di Calzature lavora lungo la manovia ed effettua alcune operazioni manuali ed, altre, con l'uso di attrezzature e macchine finalizzate al finissaggio di calzature. Deve avere una profonda conoscenza dei materiali con cui sono realizzate le calzature (pelle, tessuti, gomma) e delle tecniche e dei prodotti necessari per interventi finalizzati al miglioramento delle caratteristiche estetiche del prodotto</i>
Elencazione compiti e delle attività		<i>Rifilatura fodera</i> <i>Marcatura della suoletta di pulizia</i> <i>Incollaggio ed inserimento tallonetta di protezione e sottopiede di pulizia</i>

	<i>Ritocchi di colore, soffionatura della tomaia e stiratura della fodera</i> <i>Apprettatura della tomaia</i> <i>Applicazione stringhe</i> <i>Lucidatura su apposito banco spazzole</i> <i>Timbratura scatole</i> <i>Inscatolamento</i>						
Destinatari	<i>Con riferimento all'art. 7 dell'Accordo di programma per l'attuazione coordinata dell'intervento nell'area di crisi industriale di, ad elevata specializzazione nei settori del Tessile, Abbigliamento e Calzaturiero del PIT n. 9 territorio Salento-Leccese, possono presentare domanda per partecipare al percorso formativo persone iscritte alle liste di mobilità.</i>						
Requisiti preferenziali ammissione	di <i>Costituiscono requisiti preferenziali per l'ammissione: l'età (inferiore ai 30 anni); il livello di reddito; i carichi di famiglia; l'anzianità nel settore; le specifiche conoscenze ed abilità acquisite lavorando nel Reparto Finissaggio.</i>						
Modalità selezione	di <i>La selezione dei candidati verrà effettuata in base all'ordine di arrivo della domanda di iscrizione, all'esame dei requisiti preferenziali di ammissione ed ad un colloquio orale.</i>						
Durata	<i>Il Corso dura 120 ore ed è diviso in tre moduli:</i> <table> <tr> <td><i>- Modulo generale</i></td><td><i>8 ore</i></td></tr> <tr> <td><i>- Modulo trasversale</i></td><td><i>16 ore</i></td></tr> <tr> <td><i>- Modulo competenze tecnico professionali</i></td><td><i>96 ore</i></td></tr> </table>	<i>- Modulo generale</i>	<i>8 ore</i>	<i>- Modulo trasversale</i>	<i>16 ore</i>	<i>- Modulo competenze tecnico professionali</i>	<i>96 ore</i>
<i>- Modulo generale</i>	<i>8 ore</i>						
<i>- Modulo trasversale</i>	<i>16 ore</i>						
<i>- Modulo competenze tecnico professionali</i>	<i>96 ore</i>						
Ore di teoria, ore di esercitazioni pratiche	<table> <tr> <td><i>Ore di teoria</i></td><td><i>40</i></td></tr> <tr> <td><i>Ore di esercitazioni pratiche</i></td><td><i>80</i></td></tr> </table>	<i>Ore di teoria</i>	<i>40</i>	<i>Ore di esercitazioni pratiche</i>	<i>80</i>		
<i>Ore di teoria</i>	<i>40</i>						
<i>Ore di esercitazioni pratiche</i>	<i>80</i>						
Unità formative	<i>Modulo generale:</i> <i>- Socializzazione di gruppo</i> <i>- Patto formativo</i> <i>- Analisi delle competenze</i> <i>- Analisi figura</i> <i>Modulo Competenze Trasversali:</i> <i>- Competenze relazionali</i> <i>- Sicurezza negli ambienti di lavoro</i> <i>Modulo Competenze Tecnico Professionali:</i> <i>Tecnologia della calzatura:</i> <i>- il piede e la struttura di una calzatura</i>						

	- <i>gli sviluppi in taglie</i> - <i>caratteristiche dei materiali utilizzati per la realizzazione delle calzature (pelli, tessuto, etc.)</i> - <i>le fasi di lavorazione (taglio, orlatura, montaggio e finissaggio)</i> - <i>il finissaggio: ciclo operazioni su due tipologie di modelli (scarpa e sandalo)</i> - <i>prodotti utilizzati per il finissaggio di calzature</i> <i>Esercitazioni pratiche:</i> - <i>Rifilatura fodera</i> - <i>Marcatura della suoletta di pulizia</i> - <i>Incollaggio ed inserimento tallonetta di protezione e sottopiede di pulizia</i> - <i>Ritocchi di colore, soffionatura della tomaia e stiratura della fodera</i> - <i>Apprettatura della tomaia</i> - <i>Applicazione stringhe</i> - <i>Lucidatura su apposito banco spazzole</i> - <i>Timbratura scatole</i> - <i>Inscatolamento</i>
Metodologia didattica	<i>Le lezioni saranno articolate in una parte teorica in cui verranno illustrati i contenuti dei diversi argomenti trattati, di una parte pratica in cui gli allievi eseguiranno i lavori assegnati e di una parte di interazione personalizzata con l'insegnante per la correzione e la prova dei lavori eseguiti.</i> <i>Tecnologie ed attrezzature utilizzate : strumentazione propria del tecnico calzaturiero, lavagna, lavagna luminosa e a fogli mobili, supporti audiovisivi</i>
Prove di valutazione	<i>A fine corso verrà somministrato un test per valutare le conoscenze teoriche acquisite dagli allievi.</i> <i>Inoltre, durante il percorso formativo i docenti, sulla base delle esercitazioni previste, valuteranno le abilità acquisite dagli allievi.</i>
Risorse strutturali ed attrezzature	- <i>Aula didattica con 12 posti, televisore e videoregistratore, lavagna luminosa, lavagna a fogli mobili.</i> - <i>Laboratorio di taglio con 12 posti di lavoro</i> - <i>Laboratorio di preparazione e orlatura con 12 posti di lavoro</i> - <i>Laboratorio di Montaggio e Finissaggio (interno ed esterno)</i> - <i>Corredo individuale del tecnico di calzature: trincetto, compasso, stecca metallica, cordella metrica, triangolo con manico, tenaglia, martello, levachiodi, matite, gomme</i> - <i>Materiale di consumo: forme per calzature, sottopiedi, suole, tacchi, pelle, tomaie e fodere tagliate, tomaie e fodere orlate, carta adesiva, cartoncino, etc..</i>
Servizi a Supporto	<i>Buono Pasto</i>

dell'utenza	
N. max. allievi	<i>12</i>
Costo/ora formativa	<i>875,00 €/ora +IVA</i>
Costo Totale	<i>105.000,00</i>
	<i>Sono previste delle visite aziendali</i>

SCHEDA ATTUATIVA DI INTERVENTO FORMATIVO

Titolo/ corso	Denominazione	<i>Progettista CAD Base per il Settore Calzaturiero</i> 303
Profilo		<i>Il Progettista Base per il Settore Calzaturiero è in grado di realizzare sia a mano che con sistemi CAD lo sviluppo dei modelli di base di calzature da donna e da uomo.</i>
Elencazione compiti e attività	dei e delle	<i>Disegnare su foglio Disegnare su forma Acquisire la capacità di tagliare il cartoncino e la pelle Realizzare la base del modello spianando la superficie della forma Effettuare lo sviluppo dei modelli di base a mano Effettuare lo sviluppo dei modelli con i sistemi CAD bidimensionali Predisporre la documentazione tecnica indicando i consumi</i>
Destinatari		<i>Con riferimento all'art. 7 dell'Accordo di programma per l'attuazione coordinata dell'intervento nell'area di crisi industriale di, ad elevata specializzazione nei settori del Tessile, Abbigliamento e Calzaturiero del PIT n. 9 territorio Salento-Leccese, possono presentare domanda per partecipare al percorso formativo persone iscritte alle liste di mobilità.</i>
Requisiti preferenziali ammissione	di	<i>Costituiscono requisiti preferenziali per l'ammissione: conoscenze informatiche avanzate; il livello di reddito; i carichi di famiglia; l'anzianità nel settore; le specifiche conoscenze ed abilità acquisite lavorando nel Reparto Modelleria.</i>
Modalità selezione	di	<i>La selezione dei candidati verrà effettuata in base all'ordine di arrivo della domanda di iscrizione, all'esame dei requisiti preferenziali di ammissione ed ad un colloquio orale</i>
Durata		<i>Il Corso dura 800 ore</i>
Ore di teoria, ore di esercitazioni pratiche		<i>Ore di teoria/pratica 400 ore Ore di esercitazioni di laboratorio 400 ore</i>
Unità formative		<i>Moduli didattici</i> <i>- Cultura d'impresa, comunicazione e pari opportunità Patto formativo</i> <i>- Informatica, Internet ed ICT</i>

	- <i>Lingua Inglese - Linguaggio Tecnico</i> - <i>Sicurezza nei luoghi di lavoro e sistemi di gestione qualità</i> - <i>Elementi di analisi dei costi e controllo di gestione</i> - <i>Il Sistema Moda: organizzazione e gestione dei principali processi</i> - <i>Marketing, immagine e comunicazione della moda</i> - <i>Design, progettazione grafica e projectwork</i> - <i>Materiali, prodotto e tecnologie</i> - <i>Progettazione e sviluppo CAD 2D e 3D</i> - <i>Laboratorio di sviluppo modelli a mano</i> - <i>Laboratorio di sviluppo modelli a CAD</i>
Metodologia didattica	<i>Le lezioni saranno articolate in una parte teorica in cui verranno illustrati i contenuti dei diversi argomenti trattati, di una parte pratica in cui gli allievi eseguiranno i lavori assegnati e di una parte di interazione personalizzata con l'insegnante per la correzione e la prova dei lavori eseguiti.</i> <i>Tecnologie ed attrezzature utilizzate: strumentazione propria del tecnico calzaturiero, PC, Software CAD, lavagna, lavagna luminosa e a fogli mobili, supporti audiovisivi</i>
Prove di valutazione	<i>A fine corso verrà effettuata una prova pratica ed una prova orale per valutare le conoscenze teoriche acquisite dagli allievi.</i> <i>Inoltre, durante il percorso formativo i docenti, sulla base delle esercitazioni previste, valuteranno le abilità acquisite dagli allievi.</i>

Risorse strutturali ed attrezzature	- <i>Aula didattica con 12 posti, televisore e videoregistratore, lavagna luminosa, lavagna a fogli mobili.</i> - <i>Laboratorio CAD 2D e 3D con 12 posti di lavoro dotato di PC e software specifico settoriale</i> - <i>Laboratorio di taglio con 12 posti di lavoro</i> - <i>Laboratorio di preparazione e orlatura</i> - <i>Laboratorio di Montaggio (interno ed esterno)</i> - <i>Corredo individuale del modellista di calzature: trincetto, compasso, stecca metallica, cordella metrica, triangolo con manico, tenaglia, martello, levachiodi, matite, gomme</i> - <i>Materiale di consumo: forme per calzature, sottopiedi, suole, tacchi, pelle, tomaie e fodere tagliate, tomaie e fodere orlate, carta adesiva, cartoncino, etc..</i>
Servizi a Supporto dell'utenza	<i>Buono Pasto</i>
N. max. allievi	<i>12</i>
Costi	<i>Costo ora formativa 465,00 Euro + iva</i>

	<i>Costo complessivo dell'intervento</i>	<i>372.000,00 Euro + iva</i>
--	--	------------------------------

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

7. Due passi avanti per il Made in Italy

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
FIDINDUSTRIA – Nitti Vito Paolo	Assistenza nell'accesso al credito	Via Amendola, 172/5 - Bari	Via Amendola, 172/5 - Bari	3
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Caradonna Felice	Creazione gioielli	Via Putignani, 76 - Bari	Via Putignani, 76 - Bari	5
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
IDEA SPOSA srl	Commercio al dettaglio di abiti da sposa	Viale della Resistenza, 1 –	Largo San Antonio, 2 - San Vito dei Normanni	10

		San Vito dei Normanni		
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
ERRETIEFFE di Ricco Teresa	Produzione abbigliamento neonati	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	9
TAILOR srl – Ottavio Nuccio	Confezioni ed accessori abiti cerimonia	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	29
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 –	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40

		Locorotondo - BA		
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
"DISTRETTO PRODUTTIVO MODA PUGLIA"

SCHEDA DI PROGETTO

**Master di alta specializzazione in strumenti
avanzati virtuali per il Design della Moda**

1. Titolo dell'intervento

Master di alta specializzazione in design della moda

2. Tipologia dell'intervento

☐ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale

☒ Formazione

☐ Progetto-Pilota

☐ Divulgazione

3. Soggetto proponente

➤ CETMA

Altri soggetti da coinvolgere:

➤ Corso di Laurea in discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda – Università di Bari

➤ Sezione Arti Design e Nuove Tecnologie. Dipartimento I.T.A.C.A. – Università La Sapienza Roma

➤ IED

➤ Facoltà di Ingegneria Università del Salento

➤ Istituto Professionale "A. De Pace" – Lecce

➤ Meltin Pot – Melissano

➤ Associazione Id&A Lecce

➤ Costume Nazionale – (Milano – Lecce)

➤ Jhonny Morgan - Casarano

4. Dati indicativi del capofila

Indirizzo: S.S. 7 Appia Km 706+030

Legale rappresentante: Mauro BASILI

Telefono 0831 449111 Fax 0831449317 e-mail direzione@cetma.it

Responsabile della proposta di Progetto: Gianluca CIULLO

Telefono 0831 449600 Fax 0831449317 e-mail gianluca.ciullo@cetma.it

5. Localizzazione dell'intervento

L'intervento previsto intende utilizzare la sede del soggetto capofila, come luogo di svolgimento delle attività di formazione e qualificazione professionale. La sede del CETMA, localizzata all'interno del comprensorio della Cittadella della Ricerca di Brindisi, dispone di una tecnostuttura di circa 4600 mq dotata di strumentazioni avanzate e software specialistici, uffici, aule di formazione, laboratori tecnologici (un Laboratorio di tecnologie dei materiali e un Centro di Realtà Virtuale, un Laboratorio per la Prototipazione Rapida) e l'ergonomia, biblioteche e postazioni multimediali.

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regionale
- ☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

Il progetto si propone di realizzare un intervento sul territorio pugliese finalizzato alla alta formazione nel settore moda. Il settore, di notevole importanza per l'economia non solo regionale ma anche nazionale, richiede innovazione e promozione di marchi propri alla luce del notevole patrimonio acquisito nel tempo ed espresso attraverso prodotti di qualità. L'impiego di nuovi materiali per i prodotti del settore (abiti, accessori moda, calzature) è motivata dalla notevole importanza che la ricerca sta realizzando in questo settore. Un sistema formato da un insieme di fattori: imprese, centri per la formazione, infrastrutture, risorse finanziarie, informazioni, genera innovazione e competitività. Da ciò emerge l'esigenza di innovare mediante la stretta collaborazione di aziende e centri di ricerca/formazione, in grado di creare figure altamente specializzate.

Ed è a questo sistema/modello che il centro vuole ispirarsi promuovendo una delle determinanti essenziali del sistema di sviluppo, ovvero, la caratterizzazione del sistema lavoro. In questo senso la formazione si pone l'obiettivo di formare il capitale umano, il management, i tecnici, e di promuovere la stessa imprenditorialità del territorio.

A supporto della formazione, per la quale favorire azioni di comunicazione a sostegno della creatività, sono da utilizzarsi laboratori, tecnologie, infrastrutture, formatori d'eccellenza. Il Master vuole proporsi come sistema per incentivare anche la formazione/aggiornamento del personale di aziende/imprese del territorio.

Obiettivo della formazione, che si avvalgono di tecnologie avanzate per la progettazione, la modellazione e la prototipazione di componenti/sistemi, e di know how relativi al disegno industriale, ai nuovi materiali ed all'ingegneria informatica applicata a sistemi/prodotti, è l'acquisizione di una metodologia di progettazione per la riduzione degli impatti ambientali dei prodotti immessi sul mercato.

Per l'attuazione di corsi di formazione altamente professionalizzanti il centro disporrà nello specifico di infrastrutture quali aule di formazione, laboratori di informatica, laboratori di tecnologie dei materiali, Virtual Reality Center, laboratori di prototipazione ed ergonomia, software per la modellazione e la visualizzazione, tecnologie vettoriali per la rappresentazione bidimensionale, sistemi CAD (Computer Aided Design).. Il CETMA avrà il ruolo di polo per la formazione e per le relazioni all'interno di una rete di strutture (enti, università, imprese) connotate dalla necessità di innovare il proprio comparto produttivo. Ogni elemento della rete dovrà mettere a disposizione il proprio know how e condividere le necessità di innovazione per creare una struttura in rete finalizzata, secondo un modello di sviluppo endogeno, alla competitività regionale. Un sistema che coinvolga il tessuto regionale industriale al fine di specializzarlo in servizi di supporto al comparto in questione e di indirizzarlo verso l'esportazione di marchi propri e del marchio collettivo "MADE IN ITALY".

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

La formazione in questo settore specifico della moda, risponde alle esigenze dirette del sistema imprenditoriale del comparto stesso, che in maniera lungimirante ha riguardato l'obiettivo di tradursi in un sistema produttivo innovativo e competitivo, sia a livello nazionale che internazionale. L'incremento del livello di competitività e di innovazione del settore non può chiaramente prescindere dalla **formazione e valorizzazione del capitale umano**. La proposta dunque è tesa al miglioramento qualitativo della formazione delle risorse umane presenti sul territorio, e si rivolge sia ai giovani che sono alla ricerca di una prima occupazione, che alle professionalità già collocate o che si trovano in una fase di reinserimento nel mondo del lavoro.

La presente proposta è in perfetta coerenza con l'**Obiettivo generale** riguardante il **"Azioni di supporto alla crescita del sistema di aziende del distretto"** del Programma di Sviluppo, in particolare essa risponde all'**Obiettivo specifico**, relativo alle **"Azioni di sostegno alla creatività"** inoltre la presente proposta è in perfetta coerenza con l'**Obiettivo generale**, riguardante il **"Rafforzamento delle imprese"** del Programma di Sviluppo del distretto, in particolare essa risponde all'Obiettivo specifico, relativo alle **"Crescita delle competenze delle persone"** ed alle azioni ad esso correlate che comprenderanno attività specifiche di formazione professionale e di alta formazione. Tali azioni di carattere formativo daranno risposta non solo alle esigenze delle imprese ma anche ai bisogni di qualificazione e specializzazione della forza lavoro locale", al fine di rendere il distretto della Moda un bacino reale per l'occupazione.

7.3 Indicazione degli obiettivi, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

La formazione intende fornire un'alta **qualificazione di livello specialistico** nel settore della moda, fortemente **orientata all'innovazione tecnologica** e alla **ricerca settoriale e interdisciplinare**, con l'obiettivo di formare **figure professionali**, nell'ambito design per la moda (abiti, accessori, calzature), che abbiano la **competenza** necessaria in tutti **gli stadi della realizzazione** svolgendo un ruolo strategico in termini di:

- innovazione
- di supporto alle attività tecnologiche e produttive delle aziende

La determinazione di un **Centro di Formazione** di eccellenza **permanente** permetterebbe di creare delle figure professionali, di rilevante interesse per il comparto, producendo come effetto un incremento dell'occupazione specializzata. Inoltre la formazione, la qualità del lavoro, la professionalità, sono fattori determinanti per lo sviluppo competitivo del settore moda.

La proposta si basa sulla chiara consapevolezza che una formazione di qualità, attenta alle specifiche esigenze del settore produttivo ed in particolare delle singole necessità delle aziende del territorio possa avere importanti ricadute quali:

- l'incremento della qualità della progettualità e della produzione;
- l'incremento del livello di innovazione all'interno delle imprese;
- l'incremento della competitività sia a livello locale, che nazionale ed internazionale;
- la salvaguardia dell'occupazione attraverso la qualificazione e la riqualificazione professionale.

Per ciò che concerne gli **sbocchi professionali** previste per i formandi, i settori maggiormente interessati saranno quello "fashion" e calzaturiero (anche per il livello di sviluppo già presente per questo comparto produttivo nella regione Puglia).

Altre possibili opportunità professionali sono date da **aziende artigiane** che indirizzano le proprie competenze al settore della moda. A queste si aggiunge l'opportunità di un ruolo auto-imprenditoriale.

Alcune delle imprese appartenenti al comparto potranno mettere a disposizione le proprie strutture per ospitare tirocini a completamento del percorso formativo.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Il progetto vedrebbe affidare il ruolo di fulcro per la formazione all'istituto di ricerca. La motivazione di questa scelta è nella presenza di spazi ed attrezzature di base atti ad ospitare una struttura formativa. Questa scelta vedrebbe assumere dal centro di ricerca il ruolo di promotore ed attivatore delle risorse locali, in sinergia con gli apporti formativi/specializzanti e di produzione, forniti dalla partnership. Il sistema in rete, con una divisione spaziale della formazione/lavoro, assume quindi una logica extraterritoriale in cui i differenti ambiti spaziali, su cui convergono i vari partner, forniscono le molteplici caratteristiche allo sviluppo. In questo modo si procederebbe ad una crescita equilibrata e multiregionale.

Le attività utili alla realizzazione del progetto sono:

OR1. Preparazione del corso (Master di alta specializzazione in Design della Moda)

- × Definizione dei fabbisogni formativi delle imprese
- × Progettazione e preparazione dell'intervento formativo (definizione dell'offerta formativa, creazione e definizione dei moduli formativi, implementazione dei moduli formativi);
- × Pubblicizzazione dell'intervento formativo;
- × Pubblicizzazione dei risultati (realizzazione di seminari, realizzazione di pubblicazioni tecnico/scientifiche, organizzazione di convegni di studio internazionali).

OR2. Funzione e gestione:

- × Definizione e predisposizione delle attrezzature didattiche;
- × Acquisto dei materiali di consumo;
- × Attività personale ufficio tecnico;
- × Assicurazioni.

OR3. Docenza, tutoraggio, coordinamento:

- × Attività di docenza;
- × Attività di tutoraggio;
- × Attività di coordinamento;
- × Attività di gestione e direzione degli interventi formativi.

8. Stato della progettazione tecnica (segnare la casella di interesse)

- ☒ Studio di fattibilità
☐ Progetto preliminare
☐ Progetto definitivo
☐ Progetto esecutivo

9. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

9.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

OR	Denominazione	COSTO[EUR]
OR1	Preparazione del corso	75.000
OR2	Funzione e gestione	60.000
OR3	Docenza, tutoraggio, coordinamento	165.000
TOTALE GENERAL E		300.000

9.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

Costi annuali (I ANNO)	Costi [EUR]
OR1 Preparazione del corso	37.500
OR2 Funzionamento e gestione	15.000
OR3 Docenze, tutoraggio, coordinamento	20.500
TOTALE	73.000
Costi annuali (II ANNO)	Costi [EUR]
OR1 Preparazione del corso	37.500
OR2 Funzionamento e gestione	45.000
OR3 Docenze, tutoraggio, coordinamento	144.500
TOTALE	227.000
Denominazione dei ricavi (I E II ANNO)	Ricavi [EUR]
1 Master in Design della Moda (previsione per 30 iscritti)	300.000
1 Iscrizione ai convegni (50 iscritti)	20.000

Pubblicazioni tecnico scientifiche (150 copie)	37.500
Sponsorizzazioni (10 sponsor)	18.000
TOTALE	375.500

303.5

303.69.3 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013^{ss}, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)

Gli strumenti di Programmazione di riferimento, con il dettaglio per Asse, Linee d'intervento, Beneficiari, Risorse pubbliche, modalità attuative, sono illustrate nelle seguenti Tabelle:

Programma Operativo FSE 2007-2013						
Assi Prioritari	Linee d'intervento	Beneficiari	Fonti finanziarie pubbliche (M€)			Modalità Attuative
			FSE	Contributo Nazionale	Finanziamento Totale	
ASSE I	- attività di formazione continua aziendale, con priorità ai temi dell'innovazione e della ricerca (categoria di spesa 62); - azioni per la qualificazione e il rafforzamento delle risorse umane operanti nel sistema della domanda di ricerca e innovazione (formazione di imprenditori, manager e addetti all'innovazione di PMI) tramite forme di collaborazione e di partenariato con i soggetti pubblici e privati operanti nel settore (categoria di spesa 62); - interventi di formazione, qualificazione e specializzazione delle competenze professionali degli operatori privati presenti nei settori dei beni e delle attività culturali ed ambientali, dell'industria e dei servizi, della tutela delle acque e di risparmio idrico, della gestione dei rifiuti e delle bonifiche (categoria di spesa 62);	imprese e loro associazioni, enti di formazione accreditati, persone destinatarie di assegni formativi e di servizi alle persone			Dato di dettaglio per linea di intervento non ancora disponibile	Procedure di evidenza pubblica
ASSE I			51,168	51,168	102,336	
ASSE IV	- sostegno allo sviluppo delle competenze delle risorse umane nei settori della ricerca e sviluppo tecnologico tramite interventi di formazione post diploma e post laurea collegati ai temi di innovazione prioritari per il sistema produttivo regionale e locale (categoria di spesa 74);	enti pubblici e privati, enti di formazione accreditati, istituzioni scolastiche, imprese, centri di ricerca,			Dato di dettaglio non ancora disponibile	Procedure di evidenza pubblica

^{ss} Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

		università.				
ASSE IV			409.344	204.672	204.672	

Si ricorda inoltre che la formazione individuale viene finanziata dalla Regione Puglia attraverso dei voucher formativo, contributo individuale assegnato tramite bando regionale per integrare i costi di iscrizione ad un corso di formazione che può essere scelto sui Cataloghi regionali.

9.4 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

➤ **II CETMA**

Il CETMA è un **consorzio** operativo tra enti pubblici di ricerca ed aziende private che si configura come **organismo di ricerca applicata** sui materiali avanzati e le relative tecnologie di lavorazione, sulle tecniche e i metodi innovativi di design, progettazione e produzione. È un soggetto **senza scopo di lucro e tutti i suoi utili sono reinvestiti in attività di ricerca e di formazione.**

Il CETMA conta oltre 75 addetti e, in tal senso, si pone fra i più grandi centri di ricerca privati in Italia tenendo conto che l'ISTAT nel 2001 ha censito solamente 35 centri con più di 50 addetti su oltre 7000 unità locali private appartenenti alla categoria ATECO 73100 (Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze naturali e dell'ingegneria).

➤ **I soci**

I soci del CETMA sono:

- ENEA 51%
- Università di Lecce 5%
- D'Appolonia SpA 13%
- Infobyte SpA 11%
- Telcom SpA 11%
- Alfa Edile S.r.l. 5%
- Cemit S.r.l. 2%
- Igeam S.r.l. 2%

➤ **La visione**

Il CETMA opera nella piena consapevolezza di quanto sia importante **l'innovazione per lo sviluppo economico e sociale** della nostra società, ma anche di quanto questa sia un **processo complesso, rischioso e multidisciplinare** che richiede **l'interazione e la cooperazione** dei diversi attori coinvolti.

Il CETMA si pone come **elemento di raccordo** e di integrazione tra i diversi operatori dell'innovazione: **produttori, utilizzatori e mediatori di conoscenza.**

➤ **La missione**

Il CETMA persegue la sua missione **accrescendo ed integrando** discipline **pervasive ed abilitanti** quali:

- Ingegneria dei **materiali**
- Ingegneria **informatica**
- **Design** industriale

Utilizzando in **forma integrata** queste specifiche competenze, esso è in grado di porsi come un **centro multidisciplinare di sviluppo prodotto**.

➤ La produzione

Il **valore annuale della produzione** si aggira intorno ai **10-12 milioni** di euro. La produzione è costituita per una quota pari al **60-70% da progetti di ricerca** i cui finanziamenti derivano **in parte da fondi pubblici** nazionali e comunitari generalmente acquisiti con procedure concorsuali (partecipazione a bandi), **in parte dal cofinanziamento dei soci e in parte dall'autofinanziamento del consorzio**.

La restante parte (**30-40%**) della produzione è costituita da **attività di ricerca e di ingegneria avanzata commissionata da aziende ed enti**.

In altri termini, si può affermare che il **know-how prodotto** con i propri investimenti in progetti di ricerca, **viene trasferito** ai propri clienti per favorirne i processi di innovazione e competitività.

10. Cronoprogramma e Procedure

10.1 Cronoprogramma dell'intervento

		ANNO I												ANNO II											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
OR1																									
OR2																									
OR3																									

10.2 Indicazione dei meccanismi, delle procedure e dell'organizzazione del sistema di attuazione del progetto, con indicazione degli eventuali adempimenti tecnici, amministrativi e procedurali (autorizzazioni, pareri, nulla osta preliminari ai quali è subordinato l'avvio dell'iniziativa e dei tempi previsti per il loro rilascio)

Il progetto parte da un'idea centrale: approfondire e specializzare il know how nel settore della moda attraverso l'alta formazione. Il "meccanismo" formativo nasce da un'analisi dello stato dell'arte in cui si valuta la presenza e la funzionalità di questo tipo di intervento innovativo e formativo sul territorio. Il centro in cui svolgere il Master è una struttura già attrezzata con locali ed infrastrutture in cui collocare un intervento "cumulativo" che doterebbe la sede di ulteriori attrezzature tecniche e tecnologiche. Il progetto prevede la presenza, a livello organizzativo, di attività di coordinamento e gestione dell'intero intervento formativo. L'intervento prevede inizialmente la stesura di un progetto formativo di 800 ore ovvero di un Master in design della moda. L'attività formativa prevede la immediata comunicazione/promozione dell'intervento.

La comunicazione e la promozione seguiranno il progetto in fasi intermedie e finali prevedendo la realizzazione di seminari, convegni internazionali, pubblicazioni tecnico/scientifiche, affissioni, comunicazioni su quotidiani/settimanali/riviste di settore. La attività di comunicazione vuole essere una possibile risposta, di carattere operativo, alla pressante questione dell'internazionalizzazione verso i nuovi mercati del modello imprenditoriale italiano. In tal senso la comunicazione assume un ruolo importante laddove il Made in Italy non rappresenta più, nel nuovo scenario produttivo, un reale punto di forza. In un mercato come quello della moda, caratterizzato da veloci mutazioni e da brevi cicli di vita dei prodotti, obiettivo principale risulta quello di ampliare i mercati a livello globale nella direzione dell'innovazione eco-sostenibile. La partnership del progetto, in questo senso, farà sistema per promuovere e supportare le imprese italiane tradizionalmente basate sul design e sul marchio proprio. La promozione e la comunicazione, le campagne di sensibilizzazione e gli incontri, divulgheranno l'idea di prodotti di moda con un buon design e capaci di diffondere stili di vita più sostenibili. Una azione, quindi, di educazione ambientale rivolta alla riduzione degli impatti ambientali e globali generati dai consumi di massa. A livello organizzativo/operativo, seminari si alterneranno alla realizzazione di un concorso aperto a studenti di scuole ed università internazionali a cui parteciperanno anche gli alunni del master in oggetto. Il concorso si concluderà con una mostra ed un catalogo per la promozione ed il riconoscimento, da parte dell'ADI (Associazione per il Disegno Italiano), della qualità progettuale delle migliori proposte presentate. Il premio principale consisterebbe nella realizzazione, da parte dell'impresa/e interessata, del prototipo di questo oggetto-moda Made in Italy. A tal fine sarà formata una giuria internazionale per la valutazione dei progetti presentati.

Il master si pone come struttura/anello di congiunzione tra le attività di comunicazione che ne sono conseguenza. Questa struttura formativa prevede che l'attività didattica si svolga per la durata di 5 ore giornaliere. Il master è da intendersi come progetto da ripetersi, con cadenza biennale, nel tempo. L'organizzazione prevede la predisposizione delle attrezzature per la didattica: le aule saranno attrezzate con tecnologie hardware e software, con video proiettori e quanto altro necessario per lo svolgimento efficace della didattica impartita. In particolare gli studenti potranno avvalersi di spazi per lo studio della tecnologia dei materiali e per l'apprendimento delle tecnologie per la prototipazione di componenti di prodotti. E' prevista l'attività di gestione che accompagna il corso. L'attività didattica sarà supportata da un tutor d'aula che provvederà alla selezione ed alla dotazione del materiale didattico fruibile dagli studenti. La direzione provvederà, in qualità di attività manageriale, ad approvare la scelta delle figure/docenze professionali, scelte fra quelle di spicco nel panorama nazionale ed internazionale nel settore in oggetto.

La didattica della formazione coprirà necessità di know how molto ampie dal momento che le professioni della moda sono molte e differenti (professionisti e designer per tessuti, calzature, accessori, etc.). Conoscenze di tecnologie per la rappresentazione e di nuovi materiali anche da riciclo si integreranno, nei moduli formativi, ad insegnamenti teorici e pratici quali cinema, fotografia, televisione, gestione della ricerca, laboratori di comunicazione e grafica, teoria del colore e psicologia delle forme, modellazione e visualizzazione tridimensionale, storia del costume, modellismo e design di moda, linguaggi della moda, etc. in particolare l'impiego di materiali innovativi e riciclabili porterà allo studio delle tecnologie atte a far realizzare calzature e accessori moda innovativi.

Il master sarà articolato in moduli che prevedono, tra le altre discipline, quelle che permettono di ottimizzare il processo di progettazione (tempi/costi/qualità) attraverso la definizione di un metodo in cui le prestazioni del prodotto siano costantemente e preventivamente verificate in fase di realizzazione dei dimostratori.

Il supporto a questi studi sarà fornito da attrezzature, tecnologie e spazi (Virtual Reality Center) di cui dispone il CETMA e che consentono di integrare informatica e design al servizio di prodotti maggiormente funzionali. Il Master prevede workshop durante il corso di studi ed uno stage finale.

Le spese di iscrizioni al master ed al corso di specializzazione possono essere agevolate dall'utilizzo dei voucher formativi. In particolare sono concessi buoni formativi (voucher) per la partecipazione a corsi di formazione della durata minima di 30 ore, spendibili presso enti di formazione che abbiano sedi accreditate presso la Regione Puglia, al cui termine venga rilasciato, da parte dell'ente attuatore, una certificazione sulle competenze acquisite.

La sede scelta per le attività formative, il CETMA, è già sede accreditata presso la regione Puglia.

11. Eventuali Procedure di consultazione partenariale

Forme di consultazione interistituzionale e del partenariato economico-sociale pubblico/privato eventualmente attivate (allegare breve Relazione descrittiva con eventuali protocolli di intesa sottoscritti)

12. Eventuali Allegati

(Delibere, Protocolli, Patrocini, ecc...)

Patrocinio ADI – Associazione per il Disegno Industriale – Delegazione Regionale Puglia e Basilicata.

SCHEDA ATTUATIVA DI INTERVENTO FORMATIVO

303.6.1 Titolo/ Denominazione corso	<i>Modellista artigianale e industriale – settore abbigliamento</i> 304
Profilo	Chi è il modellista dell'abbigliamento: è una figura professionale che realizza il modello, in carta e/o al CAD, tenendo in considerazione gli aspetti tecnici della produzione e le indicazioni dell'ufficio stile. E' un professionista di spicco nell'ambito dell'abbigliamento, ricercato e remunerato. <u>Da lui dipende la linea perfetta del modello e la sua vestibilità, perché legge e decodifica lo schizzo dello stilista, trasformando le idee in realtà.</u> La tecnologia ha trasformato questa professione, aggiungendo alle competenze artigianali quelle di "industrializzatore". <u>Tant'è vero che il termine progettista sta sostituendo la parola Modellista: oggi questa figura richiede competenze di programmazione industriale, analisi di costo, confezione del prototipo, conoscenza dei programmi CAD, conoscenza delle macchine per la confezione, conoscenza dei tessuti, della pelle, dei filati, accessori e tutto quanto componga il capo d'abbigliamento.</u>
Elencazione compiti e attività dei delle	Specificazione della figura professionale: in massima sintesi il Modellista, partendo da un figurino disegnato da uno stilista, è in grado di: - o progettare, elaborare, trasformare e sviluppare modelli su richiesta, anche con supporto CAD - o programmare la parte di ciclo produttivo dell'abbigliamento compresa tra l'idea e il prodotto finito - o individuare e predisporre i materiali e gli strumenti occorrenti alla progettazione e produzione - o tagliare, confezionare e rifinire il prototipo, su carta e su stoffa - o controllare le fasi del processo e la qualità del prodotto - o apportare sdifettamenti e modifiche alle anomalie riscontrate Con chi lavora: il Tecnico Modellista è un professionista che lavora tra design e produzione. Se lo stilista è la mente, il Modellista è il braccio. Lavora a stretto contatto anche con gli addetti della sala taglio, i prototipisti, i campionaristi e i responsabili di produzione. Lavorando con gli stilisti deve saper interpretare gli schizzi, gestire le produzioni, analizzare la fattibilità di uno stile e, in alcuni casi, anche essere in gradi di mettere in discussione la validità di una creazione; fatto questo deve sviluppare il modello. Spesso collabora alla selezione dei tessuti e degli accessori con il responsabile della produzione o l'uomo prodotto. Cosa fa: per capire come opera il Modellista bisogna sottolineare <u>che creare un modello significa trovare un equilibrio tra le istruzioni dello stilista, le regole tecniche essenziali e i vincoli propri derivanti dai singoli ruoli e mansionari.</u> In quest'ottica il <u>Modellista è la figura più importante per la realizzazione/creazione del capo di abbigliamento, a partire dall'interpretazione del figurino.</u> Una volta il Modellista usava "la stecca e la penna", con una metodologia artigianale; ora è

	diventato spessissimo (e sarà sempre più) un tecnico che lavora prevalentemente al computer (usando un programma dedicato di CAD-CAM). In sequenza il modellista: - effettua una di corretta interpretazione del figurino dello stilista - costruisce i cartamodelli e i capi in serie con l'ausilio di tabelle delle taglie - ottimizza la catena di lavoro creando perfetta sintonia e combinazione dei materiali alle forme che devono essere create nelle diverse parti del prodotto da realizzare - eseguiti i modelli su carta li trasporta su stoffa; proprio qui interviene sempre più spesso l'ausilio del computer - concretizza il modello-base in tutte le sue parti per creare prototipi con taglie specifiche - distribuisce vestibilità e morbidezza alle varie parti dell'abito, scegliendo, in base alle eventuali indicazioni dello stilista e dell'uomo prodotto, i tessuti più adatti allo scopo e adattandoli - decide come i tessuti debbono esser tagliati, evitando scarti e sprechi
Destinatari	<i>Con riferimento all'art. 7 dell'Accordo di programma per l'attuazione coordinata dell'intervento nell'area di crisi industriale di, ad elevata specializzazione nei settori del Tessile, Abbigliamento e Calzaturiero del PIT n. 9 territorio Salento-Leccese, possono presentare domanda per partecipare al percorso formativo persone iscritte alle liste di mobilità.</i>
Requisiti preferenziali di ammissione	<i>Costituiscono requisiti preferenziali per l'ammissione: conoscenze informatiche avanzate; il livello di reddito; i carichi di famiglia; l'anzianità nel settore; le specifiche conoscenze ed abilità acquisite lavorando nei settori: tessile, abbigliamento, confezioni</i>
Modalità di selezione	<i>La selezione dei candidati verrà effettuata in base all'ordine di arrivo della domanda di iscrizione, all'esame dei requisiti preferenziali di ammissione ed ad un colloquio orale</i>
Durata	<i>Il Corso dura:</i> <i>a) 800 ore complessive per il percorso base</i> <i>b) altre 420 per l'eventuale percorso avanzato</i>
Ore di teoria, ore di	▪ Durata parte in aula/laboratorio: 500 ore

esercitazioni pratiche	▪ Durata parte in azienda: 300 ore ▪ Articolazione dei moduli: - Fase propedeutica: 80 ore - Fase tecnico-laboratoriale: 320 ore - Fase di project-work individuale: 100 ore <i>Tale durata è riferita unicamente al percorso base. Il corso avanzato prevede ulteriori 420 ore di sole fasi tecnico-laboratoriale e di project-work.</i>
Unità formative*	<i>Moduli didattici*:</i> 1. Fase propedeutica – 80 h a. <i>Patto formativo</i> b. <i>Cultura d'impresa, comunicazione e pari opportunità</i> c. <i>Informatica, Internet ed ICT nel settore moda</i> d. <i>Fashion English - Inglese Tecnico</i> e. <i>Sicurezza nei luoghi di lavoro e sistemi di gestione qualità</i> f. <i>Elementi di analisi dei costi e controllo di gestione</i> g. <i>Il Sistema Moda: organizzazione e gestione dei principali processi</i> 2. Fase tecnico-laboratoriale - 420 A. LIVELLO BASE 305 A.1. Nozioni base di merceologia per la modellistica 306 A.2. Fashion Design a mano 307 A.3. Modellistica artigianale di base 308 A.4. Tecniche di confezione di base 309 A.5. Modellistica industriale CAD di base B. LIVELLO AVANZATO 310 B.1. Studio dei tessuti elaborati e tecnici per la modellistica 311 B.2. Modellistica fantasie 312 B.3. Tecniche di confezione avanzate

	313 B.4. Modellistica industriale CAD avanzata 3. Fase di stage - 300
Metodologia didattica	Articolazione dei moduli <i>Le lezioni saranno articolate in una fase propedeutica di 80 ore, una parte tecnica di 320, un periodo di 300 ore per verificare in aziende le conoscenze apprese ed imparare direttamente sul lavoro logiche, pratiche e approcci; si chiude con 100 ore di parte applicativa di project-work di 100 ore, che funge anche da verifica finale.</i> <i>Fondamentale l'uso delle tecnologie e strumentazioni così come è richiesto oggi in azienda.</i> Materiale didattico vario per design/progettazione ➤ strumenti per il disegno: cancelleria, tombo, pantoni, china, gessetti, pennelli, tempere ecc. ➤ software per la modellistica industriale (Investronica/Lectra e Bullmer/Assyst) 313.5.1.1.1 Uscite e visite formative ▪ 1 giornata in 2 grandi aziende del settore ▪ 2 giornate per eventi-fiere del settore (a Milano e a Firenze) 313.5.1.1.2 Stage / formazione in azienda A conclusione dei moduli teorici e laboratoriale (e prima del rientro pfinale per il project-work) i corsisti partono per grandi aziende, inseriti (a scelta e a seconda del profilo che maggiormente vogliono sviluppare in uscita) in uno o più dei seguenti settori: - Ufficio Stile - Modelleria - Prototipia - Area produzione
Prove di valutazione	<i>Il modulo di project-work costituisce la vera verifica finale, dato che è ogni allievo dovrà preparare una sua proposta di mini-collezione, corredata da un Book con:</i> - un board con inspiration-mood e cartella colori (ed eventualmente anche alcuni figurini d'immagine) - alcuni figurini tecnici - modelli artigianali tratti dai figurini - stampe CAD dei modelli trasferiti a video

	<i>Ogni modulo prevede una verifica conclusiva.</i> <i>A fine corso verrà comunque effettuata una prova pratica ed una prova orale per valutare le conoscenze teoriche acquisite dagli allievi.</i>
Risorse strutturali ed attrezzature	- <i>Aula didattica con 20 posti, computer e videoproiettore</i> - <i>Laboratorio di modellistica e confezione con 20 postazioni (tavoloni e macchine da cucire + taglia cuci + stirava)</i> - <i>Laboratorio CAD con 20 posti di lavoro dotato di PC e software specifico settoriale</i> - <i>Corredo individuale del modellista abbigliamento: curvilineo, pantoni, ecc.</i> - <i>Materiale di consumo</i>
Servizi a Supporto dell'utenza	<i>Buono Pasto</i>
N. max. allievi	<i>20</i>
Costi	<i>Costo ora formativa € 400</i> <i>Costo complessivo dell'intervento € 200.000</i>

Costi: sia per il corso base che per quello avanzato. Voci di costo:

- ora docente
- tutor e coordinatore
- segreteria
- materiale didattico
- uscite formative
- assicurazioni

***APPROFONDIMENTO SUI MODULI DIDATTICI DI TIPO TECNICO-SPECIALISTICO**

A. LIVELLO BASE

A.1. Nozioni base di merceologia per la modellistica

- Materie prime, semilavorati e loro caratteristiche chimico-fisiche
- Classificazioni merceologiche
- Trattamento dei tessuti
- Standard di qualità

A.2. Fashion Design a mano

A.2.1 Il Figurino d'immagine

Costruzione della figura nuda:

- proporzioni e canoni anatomici
- la figura statica e in posa

Conoscenza e uso del colore:

- tecniche grafico-pittoriche di base
- chiaroscuro, sfumato, china

Costruzione del figurino:

- la figura vestita
- la figura in movimento
- specificità del figurino di moda / d'immagine
- il disegno di tendenza

Fasi di progettazione del *fashion design*:

- ideazione e studio tendenze
- lo schizzo
- il bozzetto
- il figurino d'immagine completo

Gli elementi costruttivi del figurino:

- il disegno della figura
- il movimento e la gestualità
- *rendering* dell'abito sulla figura in movimento
- personalizzazione e stile
- il colore
- *rendering* del tessuto
- fasi di progettazione
- dal disegno alla modellistica

La figura in movimento:

- aspetti di complessità grafica rispetto alla figura statica

- il nudo da vestire e le tipologie figurative

Tridimensionalità della forma con il colore: tecniche grafico-pittoriche e uso di strumenti per la resa cromatica della terza dimensione

Elementi di *texture design*:

- scelta di colori e tessuti: *briefing*, tabella tessuti/colori
- la resa grafica del tessuto
- figurino vestito e visualizzazione del panneggio

Personalizzazione dello stile: dagli elementi standard alla ricerca e costruzione personalizzata

A.2.2 Il Figurino tecnico

Dallo stile alla modellistica:

- le problematiche connesse al passaggio dall'idea stilistica alla realizzazione tecnica (il flusso: ufficio stile - ufficio modellistica - produzione)
- rapporto tra tipologia tessuto e vestibilità

Fasi di progettazione del figurino tecnico:

- il disegno esecutivo per il cartamodello, con schizzo dei particolari e rappresentazione chiara e precisa dei dettagli tecnici con il disegno piatto
- la linea: volumi, lunghezze, proporzioni e particolari
- resa dell'idea del tessuto
- schizzo del davanti e del dietro
- varianti colore e/o campioncini, tessuti e/o materiali
- resa dell'effetto moda voluto
- utilizzo di una tecnica grafica o pittorica funzionale al tipo di capo e al settore specifico
- disegno di abiti, gonne, capi spalla di varie fogge e in scala 1:1 per uso artigianale e industriale

A.3. Modellistica artigianale di base

- Strumenti e grafico di base a mano
- Progettazione modelli base di: gonna, pantalone, corpetto
- Conoscenza del corpo in relazione al cartamodello
- Concetto di vestibilità ed applicazione
- Prova in carta e correzione difetti
- Preparazione prototipo
- Preparazione cliché
- Studio delle maniche e sue varianti
- Abbottonatura e guarnizioni
- Correzione dei modelli base: cause ed effetti
- Tecniche di trasformazione dei modelli base
- Lettura in chiave modellistica di qualsiasi tipo di figurino relativo all'abito.
- Interni del capo: fodere, rinforzi, fettucce
- Tipologie di capo: gonna, pantalone, abito, giacca, cappotto, giaccone

Le fasi di base dello sviluppo artigianale del capo

- Il modello base

- La correzione e lo sdifettamento
- La preparazione del prototipo
- Le trasformazioni base e fantasia
- Lo sviluppo
- Il piazzamento
- Il taglio
- Il controllo qualità
- Studio delle vestibilità
- Compilazione scheda tecnica e controllo finale

A.4. Tecniche di confezione di base

- Vari tipi di cuciture e rifiniture
- Imbastiture
- Rifinitura orli
- Applicazione cerniera
- Costruzione occhielli e applicazione bottoni
- Produzione particolari e assemblaggio
- Colletto con fascetta e con scarto
- Trasferimenti di pines
- Scollature e colletti chiusi
- Manica giro con trasformazioni
- Motivi
- Stiratura
- Confezione prototipi di: corpini vari (base, senza scarto con manica a kimono giro, da uomo con manica tipo uomo, eleganti), gonna base, pantalone base e tipo jeans
- Vestito base e vestito trasformato con motivi

A.5. Modellistica industriale CAD di base

Il ciclo di progettazione/produzione industriale: le procedure per classificare un lavoro di tipo industriale

Le fasi di base dello sviluppo del progetto/prodotto:

- il modello base
- la correzione del modello a video
- la preparazione del prototipo con i valori di cucitura
- le trasformazioni base e fantasia
- lo sviluppo
- il piazzamento
- il taglio

Dalla modellistica artigianale a quella industriale

- digitalizzazione del cartamodello
- strumenti e apparecchiature

Presentazione del sistema CAD

- funzionalità e logica del Computer Aided Design
- aspetti applicativi del software in adozione
- icone e comandi a video

Creazione modello al CAD

- Digitalizzazione del modello completo
- Ripresa della digitalizzazione per la modifica del modello
- Creazione e codifica del modello e relative tabelle delle taglie
- Analisi del modello su carta: spiegazioni dei punti di costruzioni e loro posizionamento sulle immagini, verifica del modello a video, percorso di accesso, registrazione del modello. Preparazione cartoni prototipi

Lo sviluppo dei modelli al CAD

- Sviluppo taglie sistema scalare- tecniche di rilevazione di tutte le taglie occorrenti partendo dal modello base in taglia 44 e senza necessità di ulteriore prove
- Sistemi di sviluppo calibrato e conformato
- Digitalizzazione, sviluppo, piazzamento modelli trasformati in più copie
- Modifiche di modellature a video

Piazzamenti CAD e stesura

- Creazione della scheda di piazzamento, creazione di vincoli per limitare/permittere il movimento dei pezzi in base alla natura del tessuto, preparazione del piazzamento
- Analogia di taglia, variante e tessuto con piazzamenti già esistenti, aggiunta di taglie e/o varianti, aggiunta di piazzamenti già precedentemente realizzati
- Tecniche di utilizzo per un corretto e funzionale piazzamento: ottimizzazione dei costi
- Criteri per classificare i tessuti ai fini del piazzamento
- Modello simmetrico e asimmetrico
- Linguaggio simbolico e misure di sicurezza del piazzamento e della stesura
- Tecniche di piazzamento e tipologie di stesura

Progettare una gonna base al CAD:

- il modello base di gonna
- le trasformazioni del modello base
- lo sviluppo del modello base di gonna

Progettare un pantalone base al CAD:

- il modello base di pantalone
- le trasformazioni del modello base
- lo sviluppo del modello base di pantalone

Progettare una camicia base al CAD:

- il modello base di camicia
- le trasformazioni del modello base
- lo sviluppo del modello base di camicia

B. LIVELLO AVANZATO

B.1. Studio dei tessuti elaborati e tecnici per la modellistica

- Ricerca dei tessuti di tendenza
- Tessuti tecnici e loro trattamento

B.2. Modellistica fantasie

- Progettazione modelli fantasia
- Modelli camicia di linea attuale
- La giacca come indumento di vestibilità superiore
- Il giaccone come indumento di vestibilità più ampia
- Il cappotto come capo spalla più classico
- Analizzare un buon stile con proporzioni, silhouette, equilibrio nel dettaglio
- Corpino a sacco , tunica, camicia maschile
- Corpino anatomico, trasporto della ripresa, bustino e abito asimmetrico
- Capo tecnico
- Il giusto compromesso per ottenere una buona linea nell'abito senza trascurare la vestibilità
- Regole e trasformazioni per taglie generose

Ciclo di lavorazione avanzato

- La compilazione della scheda tecnica
- Lo sdifettamento dei corpini
- Sistemi e metodi di sviluppo: scalare, calibrato, semicalibrato
- Sviluppo taglie dai modelli base a capi spalla
- Tipologia di piazzamento
- Calcolo del tessuto e taglio in stoffa
- Tessuti particolari e vincoli ai fini del taglio
- I macchinari, loro funzionamento e utilizzo: macchina lineare, macchina zig-zag, macchina tagliacuci
- Il tessuto: le altezze, i trattamenti, strumenti per il taglio
- Taglio su tessuto e confezione di gonna, pantalone, camicia, abito, giacca, cappotto, giaccone
- Controlli qualità avanzati e verifiche campione

B.3. Tecniche di confezione avanzate

- Esercitazioni su particolari sartoriali
- Esercitazioni di taglio in stoffa
- Confezione di capi su misura nella sequenza: controllo misure personali, sviluppo dal modello base, modello in carta e prova in carte, piazzamento modelli, taglio in stoffa, stiro, *fitting* del capo, correzioni finali
- Completi sportivi
- Giacca classica di taglio maschile e femminile
- Completi eleganti

B.4. Modellistica industriale CAD avanzata

Lettura del figurino e conseguente progettazione

- la progettazione del prototipo a partire dall'idea stilistica
- esempi di progettazione su varie tipologie di capo (anche a richiesta dei corsisti, a seconda delle esigenze professionali)

Trasformazione tecnica

- tecniche complesse di elaborazione capispalla
- dimostrazione grafiche sull'applicazione delle regole di sviluppo per aumentare/diminuire una base, mantenendo caratteristiche di linea e vestibilità

Trasformazione stilistica

- tecniche di elaborazione relativamente a stili standard (basico, elegante, casual ecc.) e personalizzati
- la cura del dettaglio
- esercitazioni di rielaborazione a video di un qualsiasi modello fantasia tratto da riviste o altro

Ciclo di lavorazione industriale

- Percorsi di accesso, creazione e codifica delle librerie di lavoro per una corretta archiviazione dei dati
- Modifiche al modello, creazione di nuove varianti, creazione di taschini , cinture ecc.
- Applicazione a video dello sviluppo, copia dello sviluppo da punto a punto di una stessa immagine e da immagine a immagine
- Aggiunta valori di cucitura, e definizione degli angoli di cucitura per l'industrializzazione dei pezzi
- Aggiunta di tacche, fori interni, testì
- Aggiunta di taglie estreme e intermedie alle tabelle già esistenti, spostamento o modifica della taglia base
- Assemblaggio dei pezzi di un modello
- Classificazione dei punti di cucitura e impuntura e classi di cucitura
- Le parti standardizzabili di gonne e pantaloni
- Attaccatura di bottoni, fascioni, passanti
- I canoni più avanzati della confezione in serie
- Sviluppo taglie scalare e conformato
- Piano taglie, norme e metodi di sviluppo
- Il controllo qualità

Progettare una gonna fantasia:

- il modello base di gonna
- le trasformazioni del modello base
- lo sviluppo del modello base di gonna

Progettare un pantalone fantasia:

- il modello base di pantalone
- le trasformazioni del modello base
- lo sviluppo del modello base di pantalone

Progettare altri capi fantasia in maniera evoluta:

- modelli di camicie: trasformazioni e sviluppi
- modelli di abiti completi maschili: trasformazioni e sviluppi
- modelli di giacconi e cappotti: trasformazioni e sviluppi
- progettare dettagli
- rielaborazione a video di un qualsiasi modello fantasia tratto da riviste o altro
- Il controllo qualità

Attività didattiche particolari:

- **uscite formative:** presso aziende moda e per eventi moda
- **stage:** a conclusione dei moduli teorico-pratici (escluse le ore del project-work)

- **project-work:** a conclusione del percorso di stage, una volta rientrati in aula, per 100 ore trasversali, ogni allievo dovrà preparare una sua proposta di mini-collezione, corredata da un Book con:
 - un board con inspiration-mood e cartella colori (ed eventualmente anche alcuni figurini d'immagine)
 - alcuni figurini tecnici
 - modelli artigianali tratti dai figurini
 - stampe CAD dei modelli trasferiti a video
 - almeno 1 capo-prototipo prodotto

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

8. Master di alta specializzazione in strumenti avanzati virtuali per il Design della Moda

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	16
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
GRUPPO TESSILE FILO – MAGLIA srl – Giovanni Cappiello	Produzione di maglieria per c/t	Via Gravina, 177	Via Gravina, 177	16

QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
ETTORE NEGRO sas – Ettore Negro	Produzione berretti cappelli	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	15
CONSORZIO CETMA – Gianluca Ciullo	Consorzio di ricerca	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	Cittadella della Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	75
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17

LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
TAILOR srl - Ottavio Nuccio	Confezioni ed accessori abiti cerimonia	S.S 275 km. 21,400 - Lucugnano di Tricase - LE	S.S 275 km. 21,400 - Lucugnano di Tricase - LE	29
DECOTEX srl - Paolo Lucio Detomaso	Abbigliamento bambini	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	8
Graphic SNC - Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl - Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 - Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 - Locorotondo - BA	40
GREBO srl - Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP - Lequile - LE	Zona PIP - Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA”

SCHEDA DI PROGETTO

IMPRESA FORMATIVA
AZIONE SPERIMENTALE DI FORMAZIONE IN AZIENDA

1. Titolo dell'intervento

IMPRESA FORMATIVA – AZIONE SPERIMENTALE DI FORMAZIONE IN AZIENDA

2. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regione
- ☐ Interregionale

3. Descrizione generale dell'intervento

3.1 Abstract dell'intervento

La distanza che separa il mondo dell'istruzione e della formazione da quelle che sono le reali esigenze dell'impresa è un elemento di debolezza del sistema produttivo regionale, particolarmente avvertito nelle imprese del settore manifatturiero che sono caratterizzate da un elevato ricorso al lavoro dell'uomo, ancora prevalente su quello delle macchine.

La situazione è avvertita con una maggiore sensibilità da parte delle imprese che realizzano prodotti qualitativamente elevati e che hanno nell'impiego di maestranze particolarmente abili il proprio punto di forza.

Tutto questo è ancora più riscontrabile tra le imprese del settore moda, sia che abbiano una produzione a marchio proprio, sia che realizzino produzioni per conto di terzi: in quest'ultimo caso, dobbiamo ricordarlo, il sistema produttivo pugliese si qualifica come uno dei pochi territori distrettuali in cui sia possibile realizzare produzioni di qualità, realizzate da imprese dislocate in gran numero sul nostro territorio regionale.

È necessario preservare nel tempo le peculiarità del sistema produttivo delle imprese della moda che manifestano i propri punti di forza anche nel fatto di esprimere livelli elevati di produzione di qualità, anche se realizzati in larga parte per conto terzi.

Purtroppo, a fronte di questa necessità largamente condivisa, le imprese registrano l'incapacità del sistema scolastico e di quello della formazione professionale di rispondere ai bisogni di manodopera qualificata che sia in grado di essere inserita prontamente all'interno dei cicli produttivi in quanto la formazione impartita all'interno di questi circuiti formativi risulta essere prevalentemente teorica, sostanzialmente lontana dalle effettive esigenze di qualificazione ricercate dal sistema produttivo.

Un limite aggiuntivo è costituito dal fatto che il corpo docente, impegnato nella difficile missione formativa di trasmettere una conoscenza pienamente spendibile dagli allievi, abbia troppo spesso perduto contatto con le evoluzioni che hanno investito il mondo della produzione, anche nei settori tradizionali come quelli della moda, evolutisi non solo nelle proposte dei capi finiti, ma anche nei processi produttivi per la loro realizzazione.

Per altro verso, il coinvolgimento delle imprese all'interno del processo di formazione, realizzato attraverso gli stages aziendali, appare troppo spesso come un'appendice formale di un percorso già chiuso al termine delle lezioni in aula, tanto più che le aziende che ospitano i formandi in stage non sono per nulla coinvolte in nessuna tappa del precedente percorso formativo.

Il presente progetto intende sperimentare una modalità formativa incentrata su l'esperienza didattica realizzata prevalentemente in azienda intrecciando strettamente l'addestramento nelle diverse fasi della lavorazione con una sistemazione teorica più complessiva per gli aspetti tecnici del mestiere insegnato.

Se si vuole, la sperimentazione che si intende intraprendere è l'evoluzione del concetto di bottega – scuola, attraverso il quale per secoli si sono trasmesse alle generazioni successive le competenze dei maestri artigiani.

Ricomporre la separazione tra sapere teorico e sapere pratico, affidando a quest'ultimo la guida e l'indirizzo del percorso formativo, è un obiettivo ambizioso, in quanto si tratta di individuare una modalità che preservi l'allievo dal rischio di schiacciamento sulle fasi pratiche del percorso formativo: non deve, infatti, trattarsi di un percorso simile all'apprendistato professionalizzante, dove la formazione è centrata prevalentemente su aspetti obbligatori e generici (sicurezza, diritti dei lavoratori, ecc.) - per altro non trascurabili in nessun percorso formativo - ma la pratica deve diventare il presupposto per un necessario inquadramento teorico delle problematiche riscontrate nell'attività sul campo, al fine di garantire agli allievi una effettiva spendibilità della formazione acquisita all'interno di ambienti produttivi diversificati.

3.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Il punto 1.5.2 del presente programma di sviluppo del Distretto individua il macro obiettivo del "Rafforzamento delle imprese" e l'obiettivo specifico della "Crescita delle competenze delle persone", declinate nelle azioni e progetti connessi da realizzare nell'azione specifica della "formazione".

3.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Il progetto permetterà di avviare una sperimentazione, replicata per tre annualità, di un percorso formativo in azienda, intrecciando la parte pratica con quella teorica per una pluralità di professioni della produzione che interagiscono tra di loro nella realizzazione di un capo finito. Le diverse figure professionali (stilista, modellista, tagliatore, addetto alle macchine utensili per l'assemblaggio dei capi, verificatore, stiratore, addetto al magazzino) che operano nel ciclo produttivo e nella realizzazione di prototipi potranno essere sperimentate dagli allievi in un contesto produttivo reale, messo a loro esclusiva disposizione, lo stesso che ospiterà le fasi più tradizionali della didattica (lezioni frontali, lavori di gruppo, giochi di ruolo).

La sperimentazione di questo percorso inedito potrà essere possibile grazie alla disponibilità di un'azienda del settore presente nel territorio regionale e che opera nel campo della realizzazione di prodotti di alta gamma per conto di importanti e qualificati marchi nazionali ed internazionali e che si è già resa disponibile ad intraprendere il percorso didattico descritto, separato e disgiunto dalle normali attività produttive, interagendo il proprio intervento con quello di formatori professionali provenienti sia dal mondo dell'istruzione e della formazione che da quello delle imprese.

L'obiettivo della sperimentazione è quello di formare in tre anni sessanta giovani che abbiano acquisito la completa padronanza delle diverse fasi produttive interne ad

un'azienda di confezioni di alta gamma e specifiche competenze per il loro pronto inserimento in una delle fasi del ciclo.

3.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Sarà individuato il team dei docenti che collaborerà con le risorse aziendali coinvolte nel percorso didattico e formativo.

Sarà messo a punto un calendario che alterni le fasi teoriche con le sperimentazioni pratiche realizzate nell'ambito del ciclo di produzione simulato, definendo gli output formativi, da validare all'interno di un percorso di condivisione da realizzare con le altre imprese del settore presenti nel distretto e nel territorio.

Sarà realizzato il percorso di reclutamento degli allievi, in possesso almeno del diploma di scuola media inferiore.

Il percorso formativo sopra delineato durerà 1.000 ore, 600 di pratica e 400 di teoria.

La sperimentazione, come sopra delineata, dovrà essere validata dai competenti organi ispettivi e gestionali del Fondo Sociale Europeo, sia a livello regionale che a livello provinciale.

Gli esami finali certificheranno il conseguimento delle competenze professionali.

Le attività corsuali si caratterizzeranno per una modalità semi – residenziale in quanto si rivolge a maestre che potranno provenire da tutta la regione, in quanto è auspicato il loro inserimento nelle aziende dei territori di provenienza

4. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

4.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Il costo totale previsto per il progetto è di circa euro 750.000 suddiviso come indicato nella tabella seguente nel periodo del programma:

Tabella 0-1 Piano finanziario del Progetto "Impresa formativa"

Descrizione voci di costo	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale
Costi d'iscrizione	100.000	100.000	100.000	300.000
Destinatari	90.000	90.000	90.000	270.000
Spese di gestione	30.000	30.000	30.000	90.000
Spese di funzionamento	30.000	30.000	30.000	90.000
Totale	250.000	250.000	250.000	750.000

4.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione e Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013^{*}, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico", risorse private* – Private Equità, Banche, ecc. –, ecc)**

L'entità e il tipo di risorse pubbliche e private necessarie per la realizzazione di azioni e progetti.

La tabella seguente riporta l'entità e il tipo di risorse pubbliche e private necessarie per la realizzazione dei progetti.

Tabella 0-2 Risorse pubbliche e private per il triennio ('000 di euro)

Progetto	Anno	Costo del progetto (k€)	Risorse private	Risorse pubbliche	Principali risorse pubbliche		
					FESR Puglia 2007 2013	FSE Puglia 2007 2013	PON Ricerca e competitività
Impresa formativa	Anno N.	250		250		X	
	Anno N. +1	250		250		X	
	Anno N. + 2	250		250		X	
	Totale	750		750			

*** Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

PROGRAMMA DI SVILUPPO
"DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA"

SCHEDA DI PROGETTO

INTERNAZIONALIZZAZIONE

1. Titolo dell'intervento

INTERNAZIONALIZZAZIONE

2. Tipologia dell'intervento

- ☐ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale
- ☐ Innovazione
- ☐ Formazione
- ☒ Internazionalizzazione e promozione

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

Lo sviluppo dei mercati esteri è un passaggio critico per le aziende pugliesi che devono compensare la stagnazione dei consumi nazionali e la riduzione dei consumi dei Paesi tradizionali.

Non è solo una scelta o una opportunità. E' una necessità per la sopravvivenza delle nostre aziende della Moda. Il mercato nazionale e quelli tradizionali lasciano spazio solo ai prodotti di qualità, e quindi riducendosi lo spazio di manovra delle nostre aziende necessariamente dovrà allargarsi il loro raggio di azione geografico.

Sviluppare i mercati esteri, però, implica un investimento sul fronte distributivo, produttivo e organizzativo perché la crescita del fatturato estero è oggi limitata da aspetti culturali e da modalità distributive diverse.

Sebbene il mercato italiano si stia avvicinando ai modelli distributivi europei costituisce ancora un'anomalia. I modelli di acquisto della distribuzione organizzata sono molto diversi da quelli del dettagliante indipendente. Nei Paesi a forte crescita (Russia, Cina, Emirati Arabi Uniti, Brasile solo per citarne alcuni) la diversità del sistema distributivo, ma anche una scarsa conoscenza del mercato spingono ad affidarsi a distributori che però spesso rappresentano un livello di intermediazione superiore rispetto al rapporto diretto con i dettagliati.

Quando invece il mercato estero è un investimento per l'azienda, allora è necessario avviare una partnership distributiva con un grossista o un importatore che abbia una buona conoscenza di quel mercato che può essere fatta in diverse modalità: contatti presi durante le manifestazioni fieristiche, incoming e missioni di scouting.

Le aziende del Distretto hanno manifestato la necessità di sostegni ai processi di internazionalizzazione in Russia Cina, Paesi del Golfo Persico, Giappone, Stati Uniti d'America, Germania, Inghilterra, Francia e Spagna.

Viste le veloci dinamiche internazionali, però, questi Paesi non devono essere considerati esaustivi in quanto potrebbero cambiare con l'evolvere dell'economia, delle scelte normative (vedi dazi), la voglia di rischiare esplorando nuovi mercati fuori dai circuiti tradizionali.

IL PROCESSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

La ricerca di nuovi mercati deve essere affrontata con strategia, secondo un processo che prevede alcuni steps necessari:

- Selezione, individuazione e verifica dei potenziali partner commerciali per Paese;
- l'organizzazione di periodiche missioni all'estero e partecipazione alle manifestazioni fieristiche;
- attività di informazione e consulenza alle imprese relativamente alle opportunità finanziarie comunitarie ed internazionali;
- incoming per consolidare i contatti attivati nelle manifestazioni fieristiche

In particolare, le attività di internazionalizzazione riguarderanno:

Fase 1. selezione, individuazione e verifica dei potenziali partner commerciali per Paese

Obiettivo

Realizzare un'informativa completa per paese o di area delle caratteristiche della rete distributiva con indagini ad hoc

Ricerca e selezionare contatti con operatori dei paesi oggetto di indagine attraverso la nostra rete di collaboratori per la individuazione di una potenziale rete di negozi cui proporre i prodotti .

Descrizione

Raccolta di indicazioni sui principali produttori locali concorrenti, eventuale indicazione dei costi, indicazioni sui canali e sulle forme della distribuzione (importatori, grossisti, catene di negozi, ...)

Selezione ed individuazione di partner commerciali potenzialmente interessati all'incontro e allo sviluppo di relazioni commerciali con partner italiani, fornitura delle lista contatti, verifica delle aziende selezionate.

Realizzazione di un dossier contenente le informazioni sopra descritte.

Organizzazione di uno o più Focus informativi per le aziende del settore.

Fase 2. azioni di penetrazione commerciale

Obiettivo

La partecipazione alle fiere è spesso dai tecnici come una sorta di "obbligo aziendale" o un'abitudine ai quali gli imprenditori sono affezionati.

Visto dall'esterno, da chi non partecipa attivamente alle esposizioni, si potrebbe pensare che la fiera sia diventata semplicemente un'occasione per fare attività di pubbliche relazioni con improvvisati obiettivi commerciali.

Le esperienze positive di molte aziende che tradizionalmente partecipano alle manifestazioni fieristiche insegnano che queste attività restano ancora fondamentali a

condizione che gli imprenditori siano ben consapevoli delle potenzialità e del posizionamento del loro prodotto, della concorrenza, delle possibili modifiche del mercato e delle caratteristiche dei potenziali clienti e dei consumatori, non aspettano la casualità della visita dell'operatore di turno che si ferma davanti allo stand.

La partecipazione a una rassegna fieristica, infatti, è un investimento e come tale deve avere una organizzazione e degli obiettivi un ritorno nel breve e medio periodo e non limitarsi a portare vaghe speranze di futuri business. Si tratta di una grande opportunità per farsi conoscere da nuovi clienti o partner commerciali e per rinsaldare i rapporti, ma va pianificata attentamente tenendo ben chiaro cosa si va a fare, con quali obiettivi e, di conseguenza, quali azioni e comportamenti si dovranno tenere allo stand, nonché quali attività andranno seguite nel dopo fiera.

Per questo, sebbene viviamo in piena era digitale dove tutti possono conoscere tutto, le manifestazioni fieristiche continuano ad essere fondamentali per le imprese della moda in quanto offrono ancora un'opportunità unica: quella di far "toccare con mano" il prodotto a una vasta clientela. Non dimentichiamoci che l'acquisto del prodotto moda di qualità non nasce da una necessità, ma dal desiderio di esaudire un'emozione che ha bisogno di fisicità.

Inoltre la fiera permette di avere un contatto diretto con il potenziale cliente, conoscerne le esigenze e personalizzare prodotti e servizi e, non da ultimo, raccogliere immediatamente il feedback. E soprattutto, poiché si parla di "affari" è la modalità per iniziare a comprendere se può esserci fiducia tra cliente e fornitore: mi pagherà? Rispetterà la qualità del prodotto e i tempi di consegna?

Obiettivo

Partecipazione ad eventi fieristici internazionali o nazionali a carattere internazionale

Fase 3. azioni di incoming – workshop e partenariato

Obiettivo

E' quello di creare una distinguibilità dei prodotti locali attraverso l'associazione tra prodotto/bellezze naturali/gastronomia pugliese

Infatti, l'eccesso di offerta sui mercati spinge i consumatore o i distributori a privilegiare prodotti che hanno una loro identità e che emergano dalla "massa".

Descrizione

Saranno organizzati n.2 incoming, per anno, per ciascuno dei comparti: Sposa e Cerimonia, Abbigliamento Bambino, Uomo, Donna e Gioielli.

La necessità di realizzare incoming separati nasce dalla specializzazioni che hanno gli operatori della moda, e dalle diverse date in cui vengono organizzate le manifestazioni fieristiche internazionali in Italia in occasione delle quali saranno organizzati gli incoming.

che consistono in organizzazione di eventi nel territorio pugliese nei quali si presentano e si associandole bellezze del territorio, le bontà gastronomiche i prodotti moda.

All'evento vengono invitati buyer e giornalisti di testate specializzate.

L'evento si conclude con incontri diretti tra operatori pugliesi e operatori esteri.

Sarà, infine, realizzato inoltre l'evento "Work shop Moda Sposa e Cerimonia" (vedi scheda allegata)

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

E' coerente con l'obiettivo del Programma di distretto.

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

Descrizione		Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Selezione, individuazione e verifica dei potenziali partner commerciali per Paese	II=c+d	100.000	100.000	100.000	300.000
Costi di consulenze	c	80.000	80.000	80.000	240.000
Missioni	d	20.000	20.000	20.000	60.000
Descrizione		Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Azioni di penetrazione commerciale	III=e	7.500.000	7.500.000	7.500.000	22.500.000
Vedi scheda dettaglio	e	7.500.000	7.500.000	7.500.000	22.500.000
Descrizione		Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Azioni di incoming	IV=f	1.060.000	1.060.000	1.060.000	3.180.000
Vedi scheda dettaglio	f	1.060.000	1.060.000	1.060.000	3.180.000
Descrizione		Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Evento in Puglia – work shop Moda Sposa Cerimonia e Accessori	V=g	990.000		990.000	1.980.000

Vedi scheda dettaglio	g	990.000		990.000	1.980.000
TOTALE	I+II+III+IV+V	9.650.000	8.660.000	9.650..000	27.960.000

Ripartizione delle risorse tra pubblico e privato

Descrizione	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale triennio
Selezione, individuazione e verifica dei potenziali partner commerciali per Paese	100.000	100.000	100.000	300.000
risorse private	50.000	50.000	50.000	150.000
risorse pubbliche	50.000	50.000	50.000	150.000
Azioni di penetrazione commerciale	7.500.000	7.500.000	7.500.000	22.500.000
risorse private	3.750.000	3.750.000	3.750.000	11.250.000
risorse pubbliche	3.750.000	3.750.000	3.750.000	11.250.000
Azioni di incoming – workshop e partenariato	1.060.000	1.060.000	1.060.000	3.180.000
risorse private	530.000	530.000	530.000	1.590.000
risorse pubbliche	530.000	530.000	530.000	1.590.000
Evento in Puglia – work shop Moda Sposa e Cerimonia Vedi scheda dettaglio	990.000		990.000	1.980.000
risorse private	495.000		495.000	990.000
risorse pubbliche	495.000		495.000	990.000
TOTALE	9.650.000	8.660.000	9.650..000	27.960.000
<i>TOTALE risorse private</i>	<i>4.825.000</i>	<i>4.330.000</i>	<i>4.825.000</i>	13.980.000

<i>TOTALE risorse pubbliche</i>	<i>4.825.000</i>	<i>4.330.000</i>	<i>4.825.000</i>	13.980.000
---------------------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------

La tabella seguente riporta le principali informazioni relative al tipo di risorse pubbliche attivabili

Programma	Asse di intervento	Obiettivi specifici dell'asse di intervento	Linea di intervento
FESR Puglia 2007- 2013	Asse IV: "Competitività dei sistemi produttivi e occupazione"	Elevare la competitività dei sistemi produttivi, partendo dall'evoluzione del contesto competitivo e tecnologico e su una maggiore capacità di offerta di risorse qualificate Al fine di perseguire tale obiettivo specifico il programma prevede l'obiettivo operativo c) volto a consolidare e ampliare i processi di internazionalizzazione del sistema produttivo pugliese attraverso iniziative a sostegno di strategie di sviluppo regionale o locale per l'internazionalizzazione delle PMI	Attività 6.3: "Interventi per il Marketing territoriale e l'internazionalizzazione dei sistemi produttivi e delle imprese" Per questa linea d'intervento si individuano azioni a supporto di strategie di sviluppo regionale o locale per l'internazionalizzazione delle imprese ovvero finalizzate allo sviluppo della capacità di internazionalizzazione delle PMI e al rafforzamento del loro potenziale di l'internazionalizzazione

AZIONI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE

PARTECIPAZIONE A FIERE INTERNAZIONALI

1. Titolo dell'intervento

Partecipazioni a fiere internazionali

2. Tipologia dell'intervento

Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

- CCIAA DI BARI
- CCIAA DI LECCE
- CONFINDUSTRIA
- CONFARTIGIANATO
- CNA
- IMPRESE DEL DISTRETTO

4. Localizzazione dell'intervento

Paesi Esteri di riferimento

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regione
- ☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

I settori del tessile e abbigliamento pugliese quali sposa e cerimonia, abiti da bambino, abbigliamento uomo-donna stanno vivendo una congiuntura particolarmente difficile che si manifesta con un notevole calo di fatturato , con una continua riduzione del numero di occupati fino alla chiusura di molte unità produttive.

Una soluzione a queste problematiche condivisa da moltissime imprese e che ben si coniuga con le politiche del distretto è rafforzare la riconoscibilità e la presenza delle aziende pugliesi sui mercati internazionali

La politica della Regione Puglia in materia di internazionalizzazione sino ad oggi posta in essere non ha tenuto conto delle reali esigenze del settore specie nell'individuazione degli eventuali mercati di sbocco.

Uno degli strumenti che oggi le aziende hanno a disposizione per affermarsi sui mercati esteri è quello della partecipazione alle principali fiere di settore

Infatti la presenza a queste fiere da alle imprese l'indiscutibile vantaggio di incontrare un gran numero di compratori ed inoltre per quelle imprese che hanno già una presenza in certi mercati di rafforzare la propria immagine sostenendo gli importatori già acquisiti.

Il sostegno istituzionale che la Regione Puglia ha dato alle imprese della moda sino ad oggi si è limitato ad un contributo minimo sul costo degli spazi espositivi e ad organizzare talvolta alcuni eventi promozionali come cene e sfilate.

Oggi considerando il periodo di forte crisi che il settore sta subendo è necessario :

- dare un contributo maggiore ai costi di presenza alle fiere
- supportare le imprese anche con iniziative promozionali che rafforzi l'immagine del sistema moda Puglia
- organizzare degli appuntamenti mirati con buyers ed importatori che saranno presenti alle fiere
- migliorare l'impatto degli eventi promozionali organizzati a supporto della imprese presenti in fiera

La proposta del distretto della moda circa la partecipazione alle fiere si basa sul suggerire un tipo di sostegno innovativo da parte della Regione Puglia a questo strumento importantissimo di internazionalizzazione per il quale si devono attivare sistemi di maggior comunicazione circa i buyers presenti alle manifestazione e circa la presenza delle imprese pugliesi alla fiera stessa

Le imprese del distretto devono essere preparate sul tipo di acquirenti che incontreranno in fiera e i buyers esteri devono essere più informati circa la presenza delle imprese pugliesi alla manifestazione fieristica

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

La proposta di sostenere **la partecipazione alle principali fiere internazionali** risponde agli obiettivi del distretto della moda quali l'acquisizione di nuovi mercati e il consolidamento delle posizioni già acquisite. Sicuramente la presenza numerosa delle imprese pugliesi alle fiere internazionali dà forza all'intero sistema produttivo e consente alle imprese più grandi di trainare sui mercati esteri quelle di più piccole dimensioni

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Obiettivi: Un obiettivo specifico è quello far affacciare alle fiere anche le imprese più piccole che possono sempre trovare all'interno della fiera il loro target di mercato e posizionarsi magari nelle fasce di nicchia che senza la presenza in fiera difficilmente si riesce ad individuare.

Risultati attesi: la partecipazione alle fiere più importanti rafforza l'immagine della Puglia come sistema produttivo del tessile e abbigliamento e offre possibili incrementi di fatturato a tutte quelle imprese che stanno facendo fatica a mantenere le loro quote sul mercato italiano

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

La proposta del distretto della moda prevede la partecipazione nei prossimi tre anni (2010-2012) a ben due fiere internazionali di settore. In particolare:

- 2 fiere settore sposa e cerimonia e accessori
- 2 fiere settore moda bambino
- 2 fiere settore abbigliamento donna
- 2 fiere settore abbigliamento uomo
- 2 fiere settore calzature
- 2 fiere settore oreficeria

Le 12 manifestazioni fieristiche annuali a cui partecipare verranno concordate con la Regione e saranno individuate tenendo conto anche di nuove manifestazioni fieristiche alle quali le imprese pugliesi non sono solite partecipare ma che invece rappresentano una buona vetrina magari scegliendo nuovi Paesi che rappresentano nuovi mercati di sbocco per il nostro "made in Italy"

Tot n.12 manifestazioni fieristiche all'anno

Tot n. 36 manifestazioni fieristiche nel triennio

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Azione 2 Partecipazione alle fiere	
Descrizione per singola manifestazione fieristica	
Sostegno del costo di partecipazione e allestimento	Costo medio al mq € 400 x uno stand pre allestito
Eventuale creazione di un agenda di incontri bilaterali durante i giorni di fiera	€ 10.000

Evento promozionale a sostegno delle imprese presenti in fiera	€ 15.000.
--	-----------

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

	Importo	Totale
Azione 2 Partecipazione alle fiere		
Costi per singola fiera		
✓ Affitto spazio e allestimento Tot circa 1500 mq x fiera x € 400	€ 600.000	
✓ Eventuale creazione di un agenda di incontri bilaterali durante i giorni di fiera	€ 10.000	
✓ Evento promozionale a sostegno delle imprese presenti in fiera.	€ 15.000	
Totale	€ 625.000	
Totale generale x n. 12 manifestazioni fieristiche all'anno	€ 7.500.000	

Il costo complessivo per il programma triennale è pari ad € 22.500.000 + 50.000 per la ricerca di mercato volta all'individuazione di nuove fiere di settore. Totale € 22.550.000

9. Entità e tipo di risorse pubbliche per la realizzazione delle azioni di progetto

Il programma della partecipazione a fiere internazionali è finanziabile attraverso l'Asse VI PO FESR 2007-2013.

9.1 Entità delle risorse private per la realizzazione del progetto

Si prevede che il sistema delle imprese partecipi con il 50% alla realizzazione del programma

AZIONI DI INCOMING WORKSHOP E PARTENARIATO

1. Titolo dell'intervento

AZIONI DI INCOMING IN PUGLIA

2. Tipologia dell'intervento

Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

- CCIAA DI BARI
- CCIAA DI LECCE
- CONFINDUSTRIA
- CONFARTIGIANATO
- CNA
- IMPRESE DEL DISTRETTO

4. Localizzazione dell'intervento

Intero territorio del Distretto Produttivo

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regione
- ☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

I settori del tessile e abbigliamento pugliese quali sposa e cerimonia, abiti da bambino, abbigliamento uomo-donna stanno vivendo una congiuntura particolarmente difficile che si manifesta con un notevole calo di fatturato, con una continua riduzione del numero di occupati fino alla chiusura di molte unità produttive.

Una soluzione a queste problematiche condivisa da moltissime imprese che ben si coniuga con le politiche del distretto è rafforzare la riconoscibilità e la presenza delle aziende pugliesi sui mercati internazionali

La politica della Regione Puglia in materia di internazionalizzazione sino ad oggi posta in essere non ha tenuto conto delle reali esigenze del settore e soprattutto non si è adeguata ai veloci cambiamenti del mercato tenuto conto che il settore “moda” spesso ragiona in termini di presentazione di collezioni ogni sei mesi

Le nuove proposte in materia di internazionalizzazione mirano soprattutto a valorizzare le produzioni “made in Italy” della nostra Regione che non avendo un numero consistente di aziende che producono a marchio proprio non viene riconosciuta a livello internazionale

Da alcune esperienze fatte dai consorzi export e da alcune imprese più grandi invece si evince che la possibilità di far conoscere ai buyer esteri le realtà produttive delle nostre aziende aumenta la capacità di chiudere accordi commerciali e facilita le imprese nel processo di internazionalizzazione

Inoltre attivare azioni di **incoming** comporta un minor costo di investimento per le aziende poichè le stesse non devono affrontare costi di allestimento, viaggi e spedizione campionari.

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

La proposta di attivare e sostenere **azioni di incoming** sul territorio risponde agli obiettivi del distretto della moda quali l'integrazione delle imprese in un contesto globale e lo sviluppo di attività di internazionalizzazione di tutte le diverse imprese del distretto.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Obiettivi: Un obiettivo specifico è lo sviluppo delle esportazioni con lo scopo di riposizionare le produzioni delle aziende pugliesi su una fascia medio alta del mercato ed incrementare le vendite in tutti i possibili mercati di sbocco

Risultati attesi: le azioni di incoming sul territorio in particolare nel settore della moda consentono di far conoscere ai buyers stranieri le notevoli capacità produttive delle nostre imprese. Infatti invitando gruppi di compratori in Puglia si ha l'opportunità di comunicare che spesso in aree ristrette (vedi Putignano e Barletta) vi è una concentrazione produttiva di un determinato prodotto che sfiora percentuali del 30-40% di tutta la produzione italiana. Di conseguenza si evidenziano i vantaggi logistici e l'ampio scelta che si può offrire ad un compratore estero.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

La proposta del distretto della moda prevede la realizzazione nei prossimi tre anni (2010-2012) di ben otto azioni di incoming da realizzarsi come segue:

- 2 azioni settore sposa e cerimonia e accessori

Periodo di realizzazione maggio e ottobre

- 2 azioni settore moda bambino

Periodo di realizzazione giugno e novembre

- 2 azioni settore abbigliamento donna

Periodo di realizzazione giugno e novembre

- 2 azioni settore abbigliamento uomo

Periodo giugno e novembre

Tot n.24 azioni per il triennio

Fasi dell'azione

Azione 1 Ricerca di circa 20 buyers ad azione per un totale di 40 buyers per settore

Azione 2 Organizzazione dell'ospitalità dei workshop e degli incontri bilaterali d'affari

Azione 3 Attività di follow up a seguito degli incontri bilaterali d'affari con conseguente analisi di eventuali criticità

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Azioni	Importo
Azione n. 1 Ricerca di circa 20 buyers ad azione per un totale di 40 buyers per settore	€ 60.000
Azione n. 2 Organizzazione dell'ospitalità dei workshop e degli incontri bilaterali d'affari	€ 920.000
Azione n. 3 Attività di follow up a seguito degli incontri bilaterali d'affari con conseguente analisi di eventuali criticità	€ 80.000
Totale generale	€ 1.060.000,00

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

	Importo	Totale
Azione n. 1 Ricerca di circa 20 buyers ad azione per un totale di 40 buyers per settore. Tot n. 160 buyers		
Compenso partner esteri € 7.500 ad azione		€ 60.000,00
Tot n. 8 azioni di incoming		

Azione n. 2 Organizzazione dell'ospitalità dei workshop e degli incontri bilaterali d'affari Costi per singola azione :		
✓ Segreteria organizzativa e gestione dell'azione	€ 15.000	
✓ Ospitalità viaggio e soggiorno	€ 50.000	
✓ Noleggio sala e allestimento per incontri d'affari bilaterali	€ 20.000	
✓ Interpretariato		
✓ Cena di gala	€ 10.000	
✓ Materiali di comunicazione/stampati	€ 5.000	
✓ Logistica e trasferimenti	€ 10.000	
	€ 5.000	
Totale	€ 115.000	€ 920.0000
Azione n. 3 Attività di follow up a seguito degli incontri bilaterali d'affari con conseguente analisi di eventuali criticità Tot n. 8 azioni di follow up		€ 80.000
Totale generale	€ 1.060.000	

Il costo complessivo di tali azioni incoming per un triennio è pari ad € 3.180.000

9. Entità e tipo di risorse pubbliche per la realizzazione delle azioni di progetto

Il programma delle *azioni di incoming* è finanziabile attraverso l'Asse VI PO FESR 2007-2013.

9.1 Entità delle risorse private per la realizzazione del progetto

Si prevede che il sistema delle imprese partecipi con il 40% alla realizzazione del programma delle *azioni di incoming*

EVENTO IN PUGLIA - WORKSHOP E PARTENARIATO PER IL SETTORE MODA SPOSA CERIMONIA ED ACCESSORI

1. Titolo dell'intervento

Workshop ed evento a sostegno del settore moda sposa cerimonia ed accessori

2. Tipologia dell'intervento

Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

- CCIAA DI BARI
- CCIAA DI LECCE
- CONFINDUSTRIA
- CONFARTIGIANATO
- CNA
- IMPRESE DEL DISTRETTO

4. Localizzazione dell'intervento

TERRITORIO REGIONALE

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regione
- ☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

La proposta prevede una **vera e propria azione di marketing territoriale** che ha lo scopo di valorizzare potenzialità espresse e latenti di un sistema locale nel tempo della globalizzazione.

Il settore moda sposa e cerimonia è sicuramente definibile come una delle produzioni di eccellenza della distretto della moda e l'intento di questa azione è quello di valorizzare il binomio "prodotto-territorio" esaltando la storia la cultura e la tradizione di produzioni altamente sartoriali del settore sposa così' concentrate in aree geografiche come quella della Valle d'Itria che oggi è diventato uno dei principali punti di attrazione turistica della Puglia.

L'obiettivo è quello di creare un appuntamento annuale di levatura internazionale che accenda i riflettori sulle produzioni pugliesi

Infatti oggi è fondamentale che la nostra Regione si faccia riconoscere ed apprezzare per la *Storia la Cultura e la Tradizione* tanto da trasformarsi in **fideiussore solidale di tutto quanto concepisce, crea, produce ed esporta**, così come ha già fatto nel tempo e saggiamente la regione Toscana.

La **PUGLIA ha una impellente necessità di inserirsi in un mercato globale** che oggi cerca, più che mai, di scoprire e conoscere le piccole imprese flessibili organizzate e capaci di prosperare proponendo beni di lusso accessibili Made in Italy, da inserire nelle nicchie del mercato del lusso Mondiale

La proposta del distretto della moda è quella di organizzare un workshop che abbia la capacità di attirare in Puglia buyer nazionali ed internazionali con l'obiettivo di farlo diventare un appuntamento annuale dove far convergere i maggiori Opinion leaders, Buyers e Giornalisti del Settore

Il 40 % degli abiti da sposa e cerimonia italiani si produce in Puglia quindi è giusto che una volta l'anno di tali produzioni se ne parli in Puglia e non al Nord dell'Italia.

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

La proposta del workshop evento annuale del settore sposa , cerimonia ed accessori risponde agli obiettivi del distretto della moda quali la valorizzazione delle eccellenze produttive del sistema moda pugliese ed il rafforzamento dell'immagine a livello internazionale delle nostre imprese e del nostro territorio.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Obiettivi: Attraverso il workshop/evento del settore moda sposa,cerimonia ed accessori si vuole

1. Comunicare, mostrare e vendere.
2. Far incontrare domanda e offerta tra aziende e buyers di più alto livello
3. Realizzare seminari, meeting e tavole rotonde

4. Frenare la deindustrializzazione e quindi la de-localizzazione delle aziende del settore moda sposa e cerimonia pugliesi

Risultati attesi: la realizzazione di tale appuntamento promozionale in Puglia avrà senza dubbio il risultato di avvicinare alla nostra Regione tutti gli Opinion makers e la stampa di settore in modo da valorizzare lo sforzo produttivo che le imprese di questo settore ,oggi pesantemente attaccate dalla concorrenza dei mercati asiatici ,fanno per continuare una tradizione sartoriale centenaria che ben si coniuga con la bellezza dei nostri territori e con i superbi sapori della nostra gastronomia

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

La proposta del workshop evento annuale del settore sposa , cerimonia ed accessori si articola come segue:

Realizzazione di uno spazio espositivo

Organizzazione inviti ed ospitalità per delegazioni estere composte da buyers,giornalisti e opinion leaders

Realizzazione di incontri bilaterali d'affari

Realizzazione di conferenze e seminari sul settore quali le nuove tendenze e i nuovi mercati

Realizzazione di un evento di gala

Fasi dell'azione

Azione 1 Realizzazione di uno spazio espositivo

Azione 2 Organizzazione inviti ed ospitalità per delegazioni estere composte da buyers,giornalisti e opinion leaders

Azione 3 Realizzazione di incontri bilaterali d'affari

Azione 4 Realizzazione di conferenze e seminari sul settore quali le nuove tendenze e i nuovi mercati

Azione 5 Realizzazione di un evento di gala

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Azione 1 Realizzazione di uno spazio espositivo	€ 800.000
Azione 2 Organizzazione inviti ed ospitalità per delegazioni estere composte da buyers,giornalisti e opinion leaders	€ 90.000

Azione 3 Realizzazione di incontri bilaterali d'affari	€ 15.000
Azione 4 Realizzazione di conferenze e seminari sul settore quali le nuove tendenze e i nuovi mercati	€ 20.000
Azione 5 Realizzazione di un evento di gala	€ 70.000

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

	Importo
Azione 1 Realizzazione di uno spazio espositivo Si prevede un area di esposizione di circa 2000 mq al costo medio di euro 400 al mq	€ 800.000
Azione 2 Organizzazione inviti ed ospitalità per delegazioni estere composte da buyers, giornalisti e opinion leaders Si prevede di invitare da vari Paesi Esteri circa 50 persone tra buyers giornalisti ed opinion leaders Costo a persone circa € 1800	€ 85.000
Azione 3 Realizzazione di incontri bilaterali d'affari Si prevede di realizzare almeno due giorni di incontri B2B con circa	€ 15.000

40 aziende espositrici pugliesi e 40 buyers provenienti dall'estero	
Azione 4 Realizzazione di conferenze e seminari sul settore quali le nuove tendenze e i nuovi mercati Si prevede di invitare stilisti famosi , imprese italiane di successo che diano la loro testimonianza, esperti del settore a livello internazionale	€ 20.000
Azione 5 Realizzazione di un evento di gala Tale evento potrà consistere in una sfilata o in una mostra o in un evento musicale dove tutti gli ospiti dovranno immergersi nell'atmosfera delle nostre piazze, dovranno assaporare i nostri cibi e potranno in modo che la loro permanenza in Puglia sia collegata d un momento indimenticabile. L'eccellenza degli abiti da sposa sarà ricordata con l'eccellenza dei paesaggi, delle nostre architetture e della nostra ospitalità in generale.	€ 70.000
Totale	€ 990.000

Il costo complessivo per il programma triennale è pari ad € 1.980.000 per n. 2 appuntamenti

Periodo di realizzazione: Maggio 2010 e maggio 2012 con presentazioni in anteprima delle collezioni

9. Entità e tipo di risorse pubbliche per la realizzazione delle azioni di progetto

Il programma della partecipazione a fiere internazionali è finanziabile attraverso l'Asse VI PO FESR 2007-2013.

9.1 Entità delle risorse private per la realizzazione del progetto

Si prevede che il sistema delle imprese partecipi con il 50% alla realizzazione del programma

Scheda 2

Parte 3 : Azioni e progetti da realizzare da parte dei soggetti sottoscrittori

Azione: **Formazione**

Settore : moda sposa e cerimonia

Progetto 2

Corso di formazione per responsabile ufficio estero

Questo percorso formativo agevola l'inserimento di giovani dotati di competenze di livello alto, per supportare le imprese nel processo di internazionalizzazione. Le PMI, spesso non si interessano del mercato globale, anche quando ne avrebbero potenzialmente le capacità, perché non hanno all'interno le competenze specifiche. Giovani dotati delle competenze necessarie e di un approccio aperto verso le relazioni, sono uno stimolo per avviare progetti di internazionalizzazione

Descrizione delle attività previste per la realizzazione del progetto

Il responsabile dell'internazionalizzazione opera in ambito commerciale.

Il suo ruolo è quello di supporto all'imprenditore a cui contribuisce con dati, documenti, proposte e idee.

Realizzando questi obiettivi avvalendosi di uno strato di competenze e specializzazione sull'internazionalizzazione. Forte di queste competenze, deve fungere da interlocutore informato e consapevole verso tutti i professionisti, i clienti e/o fornitori chiave, che l'impresa coinvolge nell'evoluzione internazionale.

Deve conoscere le lingue e avere possibilmente una laurea in economia. Deve essere una persona dinamica sia in senso fisico, con la disponibilità a muoversi e viaggiare, sia in senso intellettuale, con la creatività e la capacità di portare innovazione.

- Psicologia della comunicazione e relazione vendita (Tecniche di negoziazione)
- Tecniche relazionali, organizzative e di comunicazione
- Marketing strategico - operativo ed internazionale
- Retail Marketing
- Cool Hunting (osservazione delle tendenze e dei modelli culturali che si stanno formando o evolvendo sul mercato di riferimento)
- Merchandising e Visual merchandising
- Tecniche di gestione economica e delle risorse umane
- Materiali e Programmazione prodotto moda
- Sistemi Informatici
- Tecniche delle procedure trasporto per definire le modalità di spedizione delle merci
- Tecniche del sistema bancario per definire e monitorare i pagamenti.
- Conoscenza generale degli operatori di commercio internazionale (Camere di Commercio, Assicuratori, Consulenti, Dogane, Compagnie di ispezione, ecc.)

- Conoscenza delle Normative doganali e documentazione di supporto.
- Conoscenza degli aspetti fiscali, legali, amministrativi, mercantili e finanziari delle operazioni di commercio estero
- Cenni di pianificazione e programmazione della produzione
- Conoscenza del Ciclo del prodotto.
- Inglese tecnico in Area organizzativ

L'obiettivo del corso è formare figure professionali in grado di operare nel settore export della Moda, fornendo una formazione professionale in grado di rispondere a tutte le esigenze di un mercato del lavoro delle PMI Pugliesi.

Durata del corso:

mesi : nove

ore: 700

Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

Tale attività non potrà che essere realizzata attraverso gli istituti professionali di formazione locali i quali potranno avvalersi anche della collaborazione e del partenariato di altri istituti di formazione nazionali o internazionali

Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio alle fonti di finanziamento necessarie a realizzare il progetto

Il costo stimato di tale corso è di circa 250.000 euro che potrebbe essere finanziato dai fondi POR, FSE , Formazione continua e altri fonti di finanziamento similari

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

10. Progetto di internazionalizzazione

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	16
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 – Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
PRIAMO srl – Achille Rosa Anna	Abbigliamento uomo donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Caradonna Felice	Creazione gioielli	Via Putignani, 76 - Bari	Via Putignani, 76 - Bari	5
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5

MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15
FAPEL snc – Nardiello Antonio	Confezioni di capi di abbigliamento uomo/donna in pelle	Viale Martiri di Via Fani, 9 – Minervino Murge	Viale Martiri di Via Fani, 9 – Minervino Murge	11
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80

VANPLAST srl – Alfredo Vania	Produzione di tacchi, zeppe e fondi per calzature	Via Barletta, 261 - Trani	Via Barletta, 261 - Trani	23
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
P.R.I.A.M.O. srl – Rosa Anna Achille	Abbigliamento uomo – donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
ETTORE NEGRO sas – Ettore Negro	Produzione berretti cappelli	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	Via De Lorentiis, 19 - Maglie	15
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
BASE PROTECTION srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Bruxelles, 7 - Barletta	Via Bruxelles, 7 - Barletta	18
OVER TEAK srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 143 - Barletta	Via dell'Unione Europea, 28 - Barletta	81
LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
ERRETIEFFE di Ricco Teresa	Produzione abbigliamento neonati	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	9
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Nocese Manifatture srl – Antonio	Abbigliamento maschile	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	40

Maiellaro				
DECOTEX srl – Paolo Lucio Detomaso	Abbigliamento bambini	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	8
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LE COSTANTINE – Maria Cristina Rizzo	Tessitura artigiana	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	6
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
“DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA”

SCHEDA DI PROGETTO

”BOUTIQUE PUGLIA”

1. Titolo dell'intervento

"BOUTIQUE PUGLIA"

2. Tipologia dell'intervento

- ☐ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale
- ☐ Innovazione
- ☐ Formazione
- ☒ Internazionalizzazione e promozione

3. Localizzazione dell'intervento

Città internazionali con precedenza ai paesi del BRIC

4. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
- ☐ Provincia
- ☒ Regione
- ☐ Interregionale

5. Descrizione generale dell'intervento

5.1 Abstract dell'intervento

L'intervento proposto, previa riconferma delle attività di scouting e le fiere settoriali specializzate, ha per obiettivo l'internazionalizzazione attraverso la realizzazione di uno spazio promozionale definito "BOUTIQUE PUGLIA". Strumento a cui fa riferimento anche il bando ministeriale del 2008 riferito all'evoluzione dell'impresa italiane e che proponeva, finanziandoli, la realizzazione di punti vendita pilota sui mercati di riferimento estero.

Il progetto intende sviluppare una presenza stabile di marchi e prodotti delle aziende pugliesi del settore moda.

L'idea è appunto quella di creare una grande "BOUTIQUE PUGLIA"

La "BOUTIQUE PUGLIA" è un contenitore di grandi dimensioni che per un periodo pari ad un triennio diviene punto vendita privilegiato, sul mercato in oggetto, per le aziende pugliesi sottoscrittrici del progetto ed un veicolo di ampliamento delle reti commerciali e di diffusione. Inoltre genera una promozione dell'intero comparto abbigliamento pugliese, garantendo sviluppo alle aziende di filiera e non ed ai comparti complementari e di pregio dell'intera regione (distretti: turismo, alimentare, salotto).

Ovviamente l'intervento è ripetibile, dopo opportuna verifica per un periodo non inferiore a mesi sei dei riscontri relativi al primo p.v., in altri mercati. A titolo semplificativo si indicano le seguenti città/mercato di riferimento: Mosca, Mumbai, Pechino, Londra, New York, Rio de Janeiro.

La "BOUTIQUE PUGLIA " presterà i suoi spazi alle aziende pugliesi della moda che per tipologia di prodotto e per cultura aziendale sono riconoscibili tra quelle che meglio rappresentano realmente e possibilmente con proprio marchio il "Made in Puglia".

5.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

La proposta in oggetto sposa in modo coerente gli obbiettivi indicati per lo sviluppo del distretto moda pugliese. Il tutto con una particolarità relativa alla possibilità di una seria e vera promozione in grado di garantire una indiscutibile presenza e vera penetrazione all'interno dei processi commerciali del paese oggetto dell'intervento. Anche attraverso una facile riconoscibilità territoriale mediata dalla presenza di settori e ambiti diversi. L'iniziativa assumerebbe un ruolo importante di grande visibilità di tutto il distretto, ma anche qualificato e rappresentativo per l'intera regione Puglia.

5.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

L'obbiettivo della proposta progettuale mira ad una vera presenza del prodotto sul mercato, il che costituisce un serio ed inattaccabile momento di verifica di accoglienza commerciale o di revisione dello stesso, questo permetterà dunque alle aziende di verificare quelle che possono essere le criticità del proprio prodotto e quindi di effettuare quelle modifiche necessarie perché un prodotto possa diventare adatto al mercato di riferimento cosa che diventa molto difficile percepire attraverso la distribuzione spot.

Il secondo ma quello sicuramente più importante è quello di creare una rete di distribuzione attraverso accordi di agenzia e/ o di franchising . Questi accordi sono difficili da realizzare quando un marchio non è presente sul mercato, e quindi non può dimostrare l'appetibilità del prodotto e quindi la qualità dello stesso.

I risultati attesi sono creazione di accordi di agenzia per la distribuzione ai negozi indipendenti e alle grandi catene di prodotto qualificato che in tutti i paesi presi in considerazione occupano una importante quota di mercato. Per quanto riguarda invece la diffusione dei monomarchio quindi franchising l'operazione diventa sicuramente di facile replica.

5.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

La prima parte del progetto è sicuramente quella di selezionare le aziende che per struttura e qualità possano rappresentare in maniera esemplare il distretto e che sono interessate al progetto stesso quindi alla creazione di una rete commerciale ed all'apertura di p.v.

Creare un progetto e un layout di grande impatto che possa rappresentare l'intero sistema distrettuale. La "BOUTIQUE PUGLIA" deve essere caratterizzata negli arredi tutti di fabbricazione pugliese (distretto del mobile imbottito) all'interno sarà strutturato un punto di ristoro con dei corner , anche per la vendita, di soli prodotti pugliesi (distretto dell'agroalimentare) e quindi dei grandi schermi su cui trasmettere le immagini delle nostre aziende, ma anche le immagini del territorio e quindi di tutte le bellezze della nostra regione (distretto del turismo).

Naturalmente si procederà alla ricerca di uno spazio nella città prescelta per il primo punto vendita pilota, che potrebbe essere Mosca o Pechino di uno spazio adatto che assicuri una ottima visibilità ed un ottimo passaggio degli attori necessari per sviluppare

un mercato, clienti, opinion leader, buyer e agenti. Saranno quindi formati dei responsabili di p.v. in grado di dare tutte le informazioni utili ai fruitori sul prodotto ma soprattutto informazioni relative al progetto "BOUTIQUE PUGLIA".

Importante risulterà la formazione del personale interno all'azienda, ognuna delle aziende che parteciperà al progetto avrà la necessità di formare un gruppo di persone in grado di seguire l'intervento. (va inserito nei programmi di formazione)

A capo del progetto sarà formato un direttore ed un vice responsabili dell'intera organizzazione del p.v. di raccogliere in tempo reale tutte le informazioni relative all'andamento generale e di ogni singolo marchio presente per permettere tutte le correzioni del caso in capo all'assortimento e quindi interfacciarsi con i responsabili delle varie aziende e quindi con l'imprenditore ed il comitato di distretto.

6. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

6.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

La complessità dell'investimento non ci permette di fare una quantificazione puntuale dei costi quindi ci atterremo ai costi presenti in Italia che sicuramente saranno maggiori o minori a secondo dei paesi in cui andremo di volta in volta ad operare. Il quadro economico dell'intervento, e funzionale alla realizzazione di un p.v., quindi l'intero intervento deve moltiplicare il costo del progetto per il numero dei p.v. che si andranno a realizzare.

OR1

- a) Progettazione dello spazio "BOUTIQUE PUGLIA"
- b) Ricerca della struttura
- c) Allestimento degli spazi

OR2

- a) Ricerca e formazione del personale (forse può essere eliminato ed inserito in un programma di formazione specializzata anche perché non si capiscono i contenuti di tale formazione)
- b) Creazione del programma di gestione del p.v.
- c) Realizzazione del video del distretto moda integrato da quelli dei vari distretti

OR3

- d) Costi di gestione dei primi due anni del p.v.

OR4

- e) Consulenza alla comunicazione (questa voce a mio parere non è chiara bisogna specificare cosa si intende e soprattutto lo chiamerei programma di promozione del punto vendita e non consulenza alla...che si può unire con l'evento di presentazione.
- f) Evento per la presentazione al mercato

313.68.1 Organizzazione e descrizione e quantificazione dei costi di gestione

Impegno dei costi previsti per il primo punto vendita:

OR	Denominazione	costo
OR1a	Progettazione dello spazio BOUTIQUE PUGLIA	300.000
OR1b	Ricerca della struttura	70.000
OR1c	Allestimento degli spazi mq. 2000x1300€	2.600.000
OR2a	Ricerca e formazione del personale	250.000
OR2b	Creazione del programma Di gestione del p.v.	40.000
OR2c	Realizzazione del video	150.000
OR3a	Costi di gestione dei primi due anni Fitto Personale	600.000 500.000
OR4a	Consulenza alla comunicazione	150.000
OR4b	Evento per la presentazione al mercato	300.000
Totale		4.960.000

Ipotizzando l'apertura di un punto vendita nel primo anno, tre nel secondo e 2 nel terzo anno, gli investimenti totali ammontano a 25 milioni di euro.

Allegati:

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

11."BOUTIQUE PUGLIA"

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Caradonna Felice	Creazione gioielli	Via Putignani, 76 - Bari	Via Putignani, 76 - Bari	5
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 – Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di distretto"

QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
TAILOR srl – Ottavio Nuccio	Confezioni ed accessori abiti cerimonia	S.S 275 km. 21,400 – Lucignano di Tricase - LE	S.S 275 km. 21,400 – Lucignano di Tricase - LE	29

DECOTEX srl – Paolo Lucio Detomaso	Abbigliamento bambini	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	8
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1
Maglificio F.lli Reboldi Snc	Via Goldoni, 4	Copertino (LE)	Copertino (LE)	9

PROGRAMMA DI SVILUPPO
"DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA"

SCHEDA DI PROGETTO

INSIEME PER CRESCERE

1. Titolo dell'intervento

INSIEME PER CRESCERE

2. Tipologia dell'intervento

- ☐ Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale
- ☐ Innovazione
- ☐ Formazione
- ☒ Internazionalizzazione e promozione

3. Soggetti proponenti

Finindustria srl

ITN spa

ICA

Mafrat spa

Consorzio Gruppo Innovazione Tessile

Consorzio Idea Fashion

Consorzio Polo Tessile

Imprese leader finanziarie/logistica

CTA

Sincon

Distretto Logistico Pugliese

4. Dati indicativi del capofila

Indirizzo: ITN spa

Legale rappresentante: Domenico Nardelli

Telefono 0804851111

Fax 0804851100

e-mail

domenico.nardelli@angelonardelli.it

Responsabile della proposta di Progetto: Mario Mantovani

Telefono 099 73 45 316

Fax 099 377902

e-mail

mantovani@assindustria.ta.it

5. Localizzazione dell'intervento

Regione Puglia

6. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
☐ Provincia
☒ Regione
☐ Interregionale

7. Descrizione generale dell'intervento

7.1 Abstract dell'intervento

Il Protocollo d'Intesa del Distretto Produttivo Moda Puglia individua **quale sfida da affrontare la “scarsa propensione all'export delle aziende”**: occorre superare la tentazione di considerare i rapporti con l'estero come un mezzo aggiuntivo, un canale in più per migliorare l'economia esistente. Affinché l'internazionalizzazione diventi una dimensione trasversale per la struttura produttiva in oggetto e il nostro territorio, è necessario uno **sforzo di concertazione e di condivisione** non ordinario, volto a lavorare in parallelo su direzioni diverse ma complementari: una dalla regione verso l'estero, l'altra dall'estero verso la regione.

La finalità del progetto è massimizzare le sinergie tra le imprese del settore moda e dei servizi ad essi connessi – con particolare riguardo alla formazione e alla finanza – e i consorzi di PMI nel processo di internazionalizzazione, attraverso la realizzazione di un piano di attività finalizzato a valorizzare l'offerta delle imprese nei mercati esteri.

Il progetto individua nella creazione di uno **strumento di eccellenza**, in grado di operare sui mercati internazionali (organismo aggregato “aperto” in cui è presente una compagine di attori “mista”), lo sforzo di concertazione richiesto nel citato protocollo. Tale strumento si configura come un Consorzio di secondo livello in cui sono presenti:

1. Finindustria, quale soggetto capofila;
2. Imprese leader del Distretto ModaPuglia (definite da questo punto in poi imprese motrici);
3. Consorzi export di primo livello di PMI.

L'**obiettivo principale** cui il progetto tende è quello di **sviluppare le esportazioni**. Per far ciò individua una serie di altri **obiettivi** che si configurano **funzionali** all'obiettivo generale:

1. **offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria;**
2. **favorire l'utilizzo dei servizi logistici come fattore di competitività delle imprese del settore;**
3. **realizzare attività di formazione di figure professionali specifiche per l'export.**

Lo sviluppo delle esportazioni e della internazionalizzazione, infatti, oltre che perseguito tramite azioni specifiche, può essere favorito dall'offerta di **servizi finanziari in house** che guiderebbero le aziende aderenti nel reperimento delle risorse finanziarie più idonee alle proprie politiche di sviluppo e dalle collaborazioni con il mondo universitario con il precipuo scopo di individuare un punto di contatto tra il sistema della ricerca con quello delle imprese. Tale raccordo dovrebbe essere assicurato da Finindustria, soggetto proponente del progetto, che ha stipulato due convenzioni con l'Università del Salento e l'Università di Bari, sui temi della innovazione, internazionalizzazione e creazione di imprese spin off. Questo partenariato dovrebbe configurarsi come elemento trainante per coinvolgere aziende del settore particolarmente specializzate sulla visione strategica della finanza/internazionalizzazione.

In tale logica pertanto il progetto si pone l'obiettivo di cui al precedente punto 3 nella consapevolezza che investire in formazione significa poter contare su figure professionali in grado di saper leggere ed interpretare le dinamiche del settore presenti e future e offrire un servizio logistico sempre "di più elevata qualità".

Un'ulteriore elemento innovativo di tale progetto è l'impiego trasversale dei servizi logistici quale leva di competitività in termini di penetrazione dei mercati, velocità di distribuzione e più bassi costi di trasporto, che come è noto incidono notevolmente sul prezzo dei prodotti finiti e di conseguenza sulla competitività delle aziende.

La funzione logistica, intesa in senso ampio, nel suo ruolo di anello di congiunzione tra produzione e distribuzione finalizzato a filtrare e coordinare i flussi che si trovano a valle e a monte delle singole imprese, riveste sempre più un ruolo centrale in contesti sempre più globalizzati. Negli ultimi anni nel mercato della moda l'accresciuta possibilità di spostarsi e il maggior reddito per l'acquisto di beni discrezionali, insieme alla possibilità di confrontare punti vendita e prezzi, ha spinto il consumatore a diventare più esigente e selettivo nei confronti delle aziende che producono e distribuiscono capi di abbigliamento.

La velocità con la quale le aziende producono e distribuiscono i propri prodotti, è diventata un fattore competitivo fondamentale. Velocità ed affidabilità nella consegna, unite ad una crescente capacità di riassortimento sono alcuni tra gli obiettivi più importanti delle aziende che operano nel campo del tessile-abbigliamento. Date tale premesse la **funzione logistica** rappresenta una potente leva su cui costruire un **vantaggio competitivo durevole**, che potrebbe appunto essere raggiunto anche realizzando nel medio-lungo periodo una sinergia di intenti con il nascente Distretto Logistico Pugliese.

7.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

“La moda è il petrolio degli Italiani”. È una delle allegorie più efficaci per denotare l'importanza del settore Moda nel territorio nazionale, ma anche sviante in quanto la nostra industria Moda, al contrario del petrolio, ha i tratti di una risorsa rinnovabile, di pari passo col mutare dei gusti e delle attese dei consumatori.

A parlare sono soprattutto i numeri che si rilevano da un recente studio a cura della Fondazione Edison e Sistema Moda Italia in cui è stata confermata la rilevanza del settore Tessile – Abbigliamento italiano nell'Europa e nel Mondo.

La Puglia, in particolare, “ha tutti i numeri e le capacità per diventare la punta di diamante europea dell'industria della moda, perché si può contare su un consolidato orientamento ad una produzione di qualità costituito da un notevole numero di medie e piccole imprese con uno spiccato e consistente patrimonio di know-how. Non solo. La Puglia è l'ultimo baluardo della “produzione” di abbigliamento fashion di qualità in Europa in quanto il Nord Italia ha ormai in gran parte delocalizzato e si rivolge spesso alle nostre aziende pugliesi per la realizzazione delle produzioni di qualità”: ciò è quanto assunto nel “Documento per il rilancio dell'internazionalizzazione, dell'innovazione, della formazione e dell'occupazione nel settore moda in puglia”, a cura di Confindustria Taranto, Confindustria Bari e Confindustria Lecce.

Tali produzioni di qualità “meritano” di essere presentati sui mercati esteri, ma per far ciò è necessario elaborare azioni di sistema e favorire l'aggregazione tra imprese che da sole non appaiono in grado di “aggredire” mercati non domestici.

Le maggiori criticità riscontrate nella realizzazione di percorsi di internazionalizzazione sono rappresentati da criticità di natura strategica ed organizzativa e possono essere identificate in:

- 1. mancanza di risorse finanziarie;**
- 2. difficoltà di selezione di partner esteri;**
- 3. mancanza di personale da dedicare;**
- 4. scarsa conoscenza dei paesi esteri;**
- 5. mancanza di una strategia internazionale;**
- 6. scarsa conoscenza delle lingue straniere;**
- 7. mancanza di competenze manageriali.**

La filiera moda attualmente necessita di un “organismo” che favorisca la formazione di accordi, reti di imprese ed operatori e di una più ampia conoscenza delle opportunità e dei fattori offerti dai mercati esteri. In questo modo si fornirebbe una prima risposta operativa per affrontare tali criticità e per cogliere la sfida del Sistema Moda

Puglia di migliorare la scarsa propensione all'export del settore attraverso uno sforzo di concertazione e condivisione non ordinario.

La diffusione delle strategie di collaborazione ed il proliferare di accordi cooperativi ha permesso a molte PMI di conseguire obiettivi altrimenti irraggiungibili e di tradurre in pratica strategie complesse per entrare in mercati e settori protetti.

Da numerose indagini empiriche svolte in Italia si è rilevato come in molti casi piccole e medie imprese abbiano realizzato apprezzabili risultati sul versante dell'export, sfruttando al meglio le reti relazionali globali e locali. Un forte legame con il territorio di provenienza ed elevata capacità di aggregazione hanno permesso di affrontare gli evidenti limiti strutturali propri delle PMI italiane.

In questo contesto è rappresentativa l'esperienza del Consorzio **“UNIT – Unindustria Treviso per le integrazioni”** che ha come finalità la promozione delle integrazioni ed aggregazioni fra i soggetti aderenti per migliorarne capacità ed efficienza nell'ambito, tra le altre, delle iniziative inerenti la realizzazione di servizi informatici e telematici, ricerca di mercati e/o di forme di approvvigionamento e/o di ambiti di produzione e sviluppo, promozione commerciale di prodotti innovativi.

7.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

La globalizzazione dei mercati e la crescente competitività dei Paesi emergenti nell'industria tessile-abbigliamento impongono di supportare le aziende con attività di sistema tali da realizzare una integrazione tra imprese manifatturiere leader, imprese di servizi e concentrazione di PMI in consorzi.

Le nuove sfide, infatti, e le difficoltà congiunturali hanno messo in luce la crescente necessità per le aziende ad aggregarsi e ha evidenziato i limiti dei tradizionali modelli organizzativi sia aziendali che di sistema.

In tale ottica, **l'obiettivo principale** perseguito dal progetto è:

- A. Sviluppo delle esportazioni.** È necessario che le aziende aderenti al progetto riescano a sviluppare una forte identità, in modo da presentarsi sui mercati non domestici con una immagine forte che ne esprima il legame con il territorio, l'efficienza e l'affidabilità. Il gruppo di aderenti deve sviluppare la presenza nei mercati internazionali dei prodotti tessili e abbigliamento attraverso il miglioramento dei servizi offerti al cliente e l'attivazione di iniziative di supporto della commercializzazione dei clienti.

Per far ciò sono individuati una serie di **obiettivi funzionali** al primo:

- B. Offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria.** I servizi offerti riguardano **attività di consulenza** nei confronti delle imprese aderenti, supportandole nel reperimento delle **risorse finanziarie** e nella **partecipazione ai bandi attuativi**

della programmazione nazionale e regionale. I campi di azione si estendono dalla finanza ordinaria a quella agevolata.

C. Favorire l'utilizzo dei servizi logistici come fattore di competitività delle imprese del settore. Una buona organizzazione logistica, che **abbatta i costi** di distribuzione sia in **termini monetari** che di **tempo**, si configura come un importante vantaggio competitivo che permetterebbe una maggiore competitività delle imprese aderenti sui mercati internazionali. L'attivazione di sinergia con il Distretto Logistico Pugliese potrebbe quindi favorire sia i processi di internazionalizzazione sia la competitività delle imprese.

D. Formazione di figure professionali specifiche per le attività di export. La Formazione è considerata un rilevante fattore di successo, non solo per gestire il presente ma per meglio fronteggiare i mutamenti futuri. La formazione, influenzando sul comportamento nel contesto aziendale, consente agli operatori di **esprimere meglio il proprio potenziale**, in un contesto dove la logistica viene vista non solo come un elemento di riduzione dei costi e di miglioramento dell'efficienza ma piuttosto come arma strategica per aumentare la competitività del sistema.

I vantaggi ricercati nell'aggregazione aziendale sono: la condivisione di costi ed investimenti, il raggiungimento della dimensione ottimale o della massa critica per essere competitivi, l'acquisizione di competenze non possedute, l'accesso a risorse critiche, il completamento della propria offerta.

La capacità di lavorare in rete, in un sistema caratterizzato da un tessuto pulviscolare di PMI, è una importante opportunità per il territorio perché stimola l'innovazione, la competitività e le capacità progettuali.

La competizione strategica sui mercati internazionali non riguarda solo il sistema imprenditoriale, comunque sempre in prima linea, ma deve coinvolgere tutti gli attori territoriali quali ad esempio istituzioni, banche, mercati finanziari, associazioni di categoria, Università ecc.

Per questo motivo in futuro questi soggetti potranno essere chiamati ad un ruolo più attivo per il perseguimento degli obiettivi del progetto, affiancando il Consorzio nella sua attività.

7.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Di seguito si riportano per ciascun obiettivo le azioni individuate per la realizzazione degli stessi.

OBIETTIVO A:	Sviluppo delle esportazioni
---------------------	------------------------------------

- Azione A.1. Elaborazione di programmi di marketing internazionale.** Tale azione è finalizzata a garantire il presidio stabile dell'impresa nei mercati esteri, che possono prevedere assistenza consulenziale qualificata per la realizzazione di azioni sul campo funzionale alla strutturazione della propria offerta sui mercati esteri attraverso progettazioni di iniziative coordinate di promozione e comunicazione.
- Azione A.2. Internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali.** Definizione di attività di sostegno e valorizzazione del settore moda sui principali mercati di riferimento.

OBIETTIVO B: Offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria

- Azione B.1. Studi di fattibilità di progetti di investimento all'estero.** Attività di assistenza e consulenza per la valutazione economica-finanziaria, fiscale, legale contrattuale, e di progettazione/ingegnerizzazione di prodotti/processi inerenti i progetti di investimento e/o di partnership industriale da realizzare all'estero. Il costituendo organismo dovrà essere punto di riferimento per fornire informazioni su piani di investimento, identificazione di agevolazioni nazionali o comunitarie che possano sostenerlo, consulenza legale e amministrativa fino allo svolgimento delle pratiche necessarie al processo di internazionalizzazione.

OBIETTIVO C: Favorire l'utilizzo dei servizi logistici come fattore di competitività delle imprese del settore

- Azione C.1. Razionalizzazione logistica.** Ottimizzazione dei flussi fisici e informativi per il sostegno alla diffusione all'estero delle produzioni delle imprese aderenti.

OBIETTIVO D: Formazione di figure professionali specifiche per le attività di export

- Azione D.1. Organizzazione di conferenze tematiche.** Coinvolgimento di esperti di settore di livello internazionale su aspetti e problematiche legati alla pianificazione e allo sviluppo del territorio per contribuire alla definitiva affermazione anche a livello internazionale del Distretto.
- Azione D.2. Formazione di base.** Realizzazione di corsi di formazione teorico-pratica rivolti a neo-diplomati e neo-laureati che alternino ore di studio ad esperienze di lavoro in azienda.

Azione D.3. Formazione interna ed aggiornamento. Formazione e aggiornamento dei dipendenti delle imprese aderenti al progetto.

Azione D.4. Formazione di esperti nel commercio internazionale. Sviluppo di figure professionali esperte in processi di internazionalizzazione e aspetti finanziari, rischi e assicurazione nelle attività di export.

8. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

8.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Il Fabbisogno finanziario per la Costituzione e il funzionamento del Consorzio per il raggiungimento degli obiettivi del progetto è stimato a circa 500.000 €.

- Personale interno dedicato al progetto: 200.000
- Attrezzature: 50.000 Euro
- Consulenza scientifiche: 200.00 Euro
- Spese generali: 50.000 Euro

8.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione

8.3 Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013¹⁰, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico*", risorse private* – Private Equity, Banche, ecc. –, ecc)

OBIETTIVO GENERALE		
OBIETTIVO	AZIONE	FONTI DI FINANZIAMENTO
A. Sviluppo delle esportazioni	A.1. Elaborazione di programmi di marketing internazionale	P.O. FESR – ASSE VI – LINEA DI INTERVENTO 6.1 – AZIONE 6.1.3
	A.2. Internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali.	P.O. FESR – ASSE VI – LINEA DI INTERVENTO 6.3 – AZIONE 6.3.2
OBIETTIVI FUNZIONALI		

¹⁰ Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

OBIETTIVO	AZIONE	FONTI DI FINANZIAMENTO
B. Offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria	B.1. Studi di fattibilità di progetti di investimento all'estero di prodotti/servizi logistici.	P.O. FESR – ASSE VI – LINEA DI INTERVENTO 6.1 – AZIONE 6.1.3
C. Favorire l'utilizzo dei servizi logistici come fattore di competitività delle imprese del settore.	C.1. Razionalizzazione logistica	P.O. FESR – ASSE VI – LINEA DI INTERVENTO 6.3 – AZIONE 6.3.2
D. Formazione di figure professionali specifiche per le attività di export	D.1. Organizzazione di conferenze tematiche.	P.O. FES
	D.2. Formazione di base.	P.O. FES
	D.3. Formazione interna ed aggiornamento.	P.O. FES
	D.4. Formazione di esperti nel commercio internazionale.	P.O. FES
* Il consorzio farà inoltre riferimento alla L. 83/89		

8.4 Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'intervento

Il consorzio ha come finalità la promozione delle integrazioni e aggregazioni tra le imprese aderenti al Distretto Moda Puglia mediante la proposizione, il coordinamento e la gestione delle attività degli stessi, considerati nel loro insieme o per singoli gruppi, migliorandone capacità ed efficienza, nell'ambito degli obiettivi individuati nel presente nonché ogni altra iniziativa finalizzata a favorire i processi di integrazione, organizzazione e commercio tra le imprese consorziate.

ORGANIZZAZIONE

Il Consorzio (di II Livello) per l'internazionalizzazione si compone di tre categorie di soggetti:

- Finindustria: **soggetto con competenze finanziarie**
- le imprese motrici: **imprese leader appartenenti al distretto**
- Consorzi PMI

9. Cronoprogramma e Procedure

9.1 Cronoprogramma dell'intervento

L'operatività del Consorzio si strutturerà in una sede principale, sita presso il soggetto proponente o la sede del Distretto Produttivo ModaPuglia.

Il presente progetto sarà seguito, nel corso del triennio del Programma di Sviluppo, rispettando le seguenti tappe:

1. Costituire un organismo con un nucleo di base di riferimento;
2. Allargare la compagine societaria con ulteriore ricerca di partners;
3. Promuovere consorzi export su base territoriale/di filiera;
4. Costituire il Consorzio di II Livello che tenga conto delle aggregazione delle imprese per il raggiungimento degli obiettivi che il presente progetto si pone.

9.2 Indicazione dei meccanismi, delle procedure e dell'organizzazione del sistema di attuazione del progetto, con indicazione degli eventuali adempimenti tecnici, amministrativi e procedurali (autorizzazioni, pareri, nulla osta preliminari ai quali è subordinato l'avvio dell'iniziativa e dei tempi previsti per il loro rilascio)

10. Eventuali Procedure di consultazione partenariale

Forme di consultazione interistituzionale e del partenariato economico-sociale pubblico/privato eventualmente attivate (allegare breve Relazione descrittiva con eventuali protocolli di intesa sottoscritti)

11. Eventuali Allegati

(Delibere, Protocolli, Patrocini, ecc...)

8. "INSIEME PER CRESCERE"

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 – Putignano	16
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
I.CO.MAN. 2000 srl – Michele Fumarola	Produzione abbigliamento uomo	Via Mottola km. 2.200 – Martina Franca	Via Mottola km. 2.200 – Martina Franca	53
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
CARBOTTI srl – Giovanni Carbotti	Produzione vendita borse da donna	Via P. del Tocco, 3 – Martina Franca	Via P. del Tocco, 3 – Martina Franca	7
T &T TARDIA TEXTILE PROJECT srl – Igino Tardia	Produzione e commercializzazione di capi di abbigliamento esterno	Via Chiancaro n.c. – Martina Franca - TA	Via Chiancaro n.c. – Martina Franca - TA	30
R.G.M. srl Raguso Manufaguring Group – Leonardo Raguso	Abbigliamento maschile classico	Via Mottola km. 2,200	Via Mottola km. 2,200	18
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE	Maglieria e confezione per	Via Cavalieri del	Via Cavalieri del Lavoro,	26

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di distretto"

STELLA srl – Totaro Lucia	neonato	Lavoro, Z.I. - Putignano	Z.I. - Putignano	
S.T. SBIECO TESSIL srl – Carlo Ancona	Produzione e vendita di prefabbricate	Via Mottola km. 2,200 Z.I. – Martina Franca	Via Mottola km. 2,200 Z.I. – Martina Franca	5
IDEA SPOSA srl	Commercio al dettaglio di abiti da sposa	Viale della Resistenza, 1 – San Vito dei Normanni	Largo San Antonio, 2 - San Vito dei Normanni	10
I.T.N. SpA – Domenico Nardelli	Abbigliamento uomo total look	Via Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Via Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	201
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
FININDUSTRIA srl – Luigi Sportelli	Azioni di sostegno alle imprese	Via Dario Lupo, 65 -		0
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
TRE P ABBIGLIAMENTO srl – Luisanna	Produzione e vendita abbigliamento uomo	Via Massafra, 32/Q – Martina Franca - TA	Via Massafra, 32/Q – Martina Franca - TA	3

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di distretto"

Petrelli				
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
Consorzio Terziario Avanzato Taranto - Luigi Sportelli	Realizzazione di software	Via Dario Lupo, 65 - Taranto	Via Dario Lupo, 65 - Taranto	2
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
TECNOMETAL srl – Carlo Cantanna	Produzione supporti appendiabito	Via della Sanità, 42 – Martina Franca - TA	C.da Sisto – Cisternino - BR	4
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

PROGRAMMA DI SVILUPPO
"DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA
FILIERA MODA PUGLIA"

SCHEDA DI PROGETTO

SUPPORTO ALLA CRESCITA DEL SISTEMA
DELLE AZIENDE DEL DISTRETTO

1. Titolo dell'intervento

SUPPORTO ALLA CRESCITA DEL SISTEMA DELLE AZIENDE DEL DISTRETTO

2. Area di Interesse dell'intervento

- ☐ Comune
☐ Provincia
☐ Regione
☒ Interregionale

3. Descrizione generale dell'intervento

3.1 Abstract dell'intervento

L'obiettivo di supporto alla crescita del sistema delle aziende del Distretto, così come descritto nel paragrafo 1.5.1 del presente Programma di Sviluppo, si declina, prioritariamente, sia nello sforzo di delineare relazioni multilivello con altri Distretti del settore moda localizzati sia in Italia che in Europa, sia di sperimentare collettivamente un inedito sistema distributivo che coinvolga la quasi totalità delle imprese pugliesi nel contesto del mercato nazionale.

Pertanto, l'obiettivo competitività, così come quello di apertura internazionale, è perseguito anche attraverso interventi di integrazione (produttiva, tecnologica, di marketing, di business, di informazione) con altri distretti: l'integrazione, ovviamente, avviene attraverso azioni complementari e sinergiche tra loro, che vanno dalla semplice apertura di tavoli di confronto *interindustriali*, all'utilizzo di strumenti e canali tecnologici per lo scambio di informazioni di buone prassi, all'attivazione di azioni congiunte di marketing territoriale, sino allo sviluppo di processi completi di cooperazione economica (matching interdistrettuale tra imprese, azioni specifiche di B2B interdistrettuali, azioni di follow up). È necessario partire da vere e proprie azioni di Benchmarking tra i vari distretti: azioni sviluppabili nell'ambito della cornice di programmi di cooperazione europea che costituiscano la base di conoscenza e di confronto su cui innestare collaborazioni efficaci e dal reale ritorno per le imprese del distretto produttivo regionale della Moda.

Pertanto, al fine di raggiungere uno degli obiettivi strategici del distretto, che è quello di far diventare la Puglia il territorio di produzione della moda di qualità dell'Italia e dell'Europa, il Distretto intende impostare relazioni stabili con altri distretti per creare le condizioni ed agevolare reti di imprese e reti di territori.

Infatti, mentre la Puglia può vantare una lunga tradizione produttiva e una struttura, anche se ridimensionata, di imprese contoterziste, è evidente dalle analisi degli Osservatori e dalle relazioni dei distretti del Nord Italia, come ben illustra il Distretto VeronaModa, che è stata quasi totalmente smantellata la parte comprende i laboratori di confezione che costituiscono il cuore pulsante dell'intera filiera.

Nel nord Italia infatti questo anello portante negli ultimi 5/10 anni si sta assottigliando inesorabilmente a causa degli alti costi della manodopera nel nostro paese mettendo in

pericolo anche la sopravvivenza delle aziende finali per mancanza di risorse umane ed aziende affidabili e che possano garantire il made in Italy.

Il distretto, dunque, intende essere l'interlocutore di altri distretti che vogliano pensare ad alternative al conto lavorazione fatto all'estero e che permettano alle imprese, soprattutto a quelle che "ibride" (aperte catene monomarca, che hanno integrato la produzione col programmato, valorizzato il proprio brand e affidato la produzione in outsourcing) e a quelle del pronto moda, di rimanere a produrre in Italia.

Questi distretti, infatti, hanno solo due alternative: ricostruire quel tessuto di laboratori che oggi si è andato disperdendo o cercare alternative in altre zone del Sud d'Italia.

Nel primo caso la difficoltà è duplice, perché lasciando a parte l'elemento economico, vi è quello di natura tecnica. Si sono disperse le figure delle operatrici manuali: le sarte, le campionariste e le ricamatrici di un tempo oramai non si trovano più ed il loro know how è praticamente scomparso, tanto più che non vi è ricambio generazionale perché nessuna scuola o corso di formazione è in grado di perpetuare quel sapere che un tempo si apprendeva in famiglia per emulazione.

Nel secondo caso si tratta di incrociare la loro filiera con altre italiane dove permane ancora oggi la presenza di capacità sartoriali e profili manuali, presenti solo in Puglia, in Campania e in Toscana.

La Puglia ha tutte le potenzialità per cogliere questa occasione e porsi come territorio privilegiato, se si riuscirà nello sforzo di fluidificare il contatto tra i singoli operatori presenti in altri distretti e le imprese pugliesi.

Decisivo e funzionale per il raggiungimento di questi obiettivi, infatti, è la realizzazione dell'osservatorio territoriale del Distretto della moda che costituisce un importante elemento per consolidare il percorso di integrazione della filiera, di valorizzazione delle competenze, di promozione della creatività e della qualità delle produzioni pugliesi.

I collegamenti tra filiere non hanno solo l'obiettivo di creare le condizioni per collaborazioni produttive, ma saranno utilizzate per studiare anche le opportunità per realizzare congiuntamente altre tipologie di progetti rivolti alla internazionalizzazione e al marketing, alla formazione e allo scambio di esperienza professionali.

Inoltre, poiché l'industria della moda pugliese ha la necessità di innovare la strategia della distribuzione e la gestione della comunicazione, il Distretto si farà promotore di attivare delle iniziative sperimentali finalizzate alla creazione di un rapporto diretto con il cliente che consenta di eliminare intermediari che troppo spesso escludono i "no brand" costringendoli a margini economici ridottissimi.

L'azione avrà l'obiettivo di elaborare, operando in sinergia con una pluralità di operatori regionali, modelli organizzativi atti a sfruttare al massimo le potenzialità di affermazione dettate dall'apertura di negozi monomarca, la realizzazione di corner e di temporary shop minimizzandone l'investimento diretto e superando i vantaggi della gestione indiretta.

Questa strategia è fondamentale per il mantenimento costante della qualità di prodotto e di processo, nella convinzione che la difesa del brand passi sia attraverso l'implementazione di un sistema di qualità totale che assicuri che tutte le fasi del processo rispondono agli standard desiderati sia attraverso sistemi innovativi della distribuzione che assicurino un costante e diretto contatto con il consumatore per creare la necessaria identità e fidelizzazione. L'azione è resa più cogente dalla inesistenza di un patto formalizzato con il consumatore finale, verso il quale l'azienda branded oriented contrae una obbligazione unilaterale di rispondenza alle caratteristiche promesse.

Obiettivi generali e specifici del progetto

Il progetto per l'intreccio e lo sviluppo di collegamenti tra filiere produttive ha un duplice obiettivo, sia creare le condizioni per collaborazioni produttive, sia utilizzarle per individuare opportunità per realizzare congiuntamente con altri distretti altre tipologie di progetti rivolti ad esempio alla internazionalizzazione e al marketing, alla formazione e allo scambio di esperienza professionali.

Saranno pertanto organizzate delle visite di imprenditori del nord Italia in Puglia e viceversa visite di imprenditori pugliesi a visitare le imprese del nord.

Saranno redatti un rapporti sui fabbisogni delle imprese potenzialmente committenti incrociati con le disponibilità delle imprese locali, nonché redatti progetti formativi, di internazionalizzazione e tecnologici per allineare domanda e offerta.

Sarà realizzato un osservatorio territoriale della moda per mappare la filiera, monitorare sistematicamente l'andamento produttivo del Distretto, evidenziare le opportunità di matcing delle produzioni pugliesi per favorire le occasioni di collaborazione con imprese di altri distretti.

3.2 Ruolo e coerenza dell'intervento proposto rispetto al Programma di Sviluppo del Distretto (Vision, Obiettivi Generali, Obiettivi Specifici, Azioni)

Il progetto rientra negli obiettivi non solo del programma, ma nello spirito comune di tutti i distretti, ossia è finalizzato a creare reti di imprese e di territori.

3.3 Indicazione degli obiettivi del progetto, risultati ed effetti attesi dell'intervento proposto

Il progetto permetterà di avviare rapporti di collaborazioni produttive tra le imprese del Distretto e aziende di altre filiere produttive al fine di migliorare la catena del valore delle imprese coinvolte nella realizzazione di prodotti del settore della moda partendo dalle imprese fornitrici di materie prime sino a coinvolgere quelle del confezionamento dei prodotti finiti.

In particolare, esso prevede le seguenti attività:

- Creazione dell'osservatorio territoriale del Distretto della moda
 - o Mappatura della filiera del Distretto moda Puglia
 - o Rilevamento e monitoraggio sistematico dell'andamento produttivo delle imprese del Distretto
 - o Realizzazione del volume CODEX
- Workshop per avviare collaborazioni tra imprese del Distretto della Moda e imprese di altre filiere. In particolare, è stato manifestato un interesse per l'intreccio di filiere da parte di:
 - o 50 imprenditori (25 pugliesi e 25 del nord Italia)
 - o delegazioni di rappresentanza del mondo produttivo (Distretti e Associazioni di categoria)

- Rapporto annuale sulle possibili sinergie tra le aziende pugliesi del Distretto della Moda e altre filiere produttive regionali o nazionali. Il rapporto annuale includerà le seguenti sezioni:
 - o Descrizione dettagliata, con relative schede, sugli imprenditori pugliesi e sulle loro necessità di effettuare sinergie con altre filiere produttive
 - o Individuazione e descrizione di aziende committenti potenziali
 - o Analisi dei servizi necessari alle imprese pugliesi e valutazione di quelli assenti nel territorio regionale
 - o Individuazione di progetti comuni nel campo della formazione, della internazionalizzazione e tecnologico tra le imprese del distretto e altre filiere produttive
- Adesione alle reti di distretti
- Azione di sperimentazione del sistema di distribuzione innovativo in Italia
 - o studio del bacino di utenza e del posizionamento del prodotto
 - o analisi dei competitor
 - o definizione del business plan per committente ed affiliato
 - o stesura manuale delle procedure e relativa modulistica
 - o definizione contratto affiliazione e relativi allegati
 - o Ricerca locali
 - o Disbrigo pratiche e contratti
 - o Progettazione del punto vendita
 - o Assistenza Start Up
 - o Gestione delle informazioni azienda/punti vendita
 - o Piano di comunicazione
 - o Per i soli temporary shop, anche l'allestimento

3.4 Descrizione delle attività previste per la realizzazione dell'intervento

Sarà realizzato e periodicamente aggiornato l'osservatorio territoriale del Distretto.

Saranno organizzate delle visite di imprenditori del nord Italia in Puglia e viceversa visite di imprenditori pugliesi a visitare le imprese del nord.

Saranno redatti un rapporto sui fabbisogni delle imprese potenzialmente committenti incrociati con le disponibilità delle imprese locali, nonché redatti progetti formativi, di internazionalizzazione e tecnologici per allineare domanda e offerta.

Sarà curata la realizzazione e l'aggiornamento dell'osservatorio territoriale del Distretto della moda Puglia.

Si avvierà con la sperimentazione del sistema di distribuzione innovativo nella consapevolezza che l'innovazione e il miglioramento qualitativo del prodotto devono essere accompagnati dall'ammodernamento e dall'innovazione del sistema distributivo.

Il progetto prevede la realizzazione, sul territorio italiano, di 10 punti vendita più 10 corner con il coinvolgimento di un totale di 15 aziende.

Per quanto riguarda i temporary shop, invece, il progetto prevede la realizzazione 5 differenti concept ed allestimenti, a seconda della tipologia di prodotto, promossi da 5 gruppi di circa 10 imprese pugliesi.

4. Quadro economico dell'intervento e relativa sostenibilità finanziaria

4.1 Descrizione e quantificazione dell'investimento

Il costo totale previsto per il progetto è di circa euro 1.817.000 suddiviso come indicato nella tabella seguente nel periodo del programma:

Tabella 0-1 Piano finanziario del Progetto "filiera produttive"

Descrizione voci di costo	Anno N.	Anno N. + 1	Anno N. + 2	Totale
Mappatura della filiera del Distretto della moda	5.000			5.000
Rilevamento e monitoraggio sistematico dell'andamento produttivo del Distretto	40.000	40.000	40.000	120.000
Realizzazione del volume CODEX	22.000	15.000	15.000	52.000
Acquisto di servizi di consulenza da società specializzate in ricerche di mercato e studi nel settore della moda	50.000	30.000*	30.000*	110.000
Preparazione di workshop per promuovere collaborazioni tra filiere produttive (Organizzazione, location, vitto, alloggio e spostamenti operatori)	40.000	40.000	40.000	120.000
Punti vendita	300.000	300.000	200.000	800.000
Corner	40.000	40.000	30.000	110.000
Temporary shop	200.000	200.000	100.000	500.000
Totale	697.000	665.000	455.000	1.817.000

* Nel triennio si prevede di aggiornare il Rapporto Annuale che si propone di realizzare nel primo anno, per tale ragione è stato stimato un costo inferiore

4.2 Descrizione e quantificazione dei costi e dei ricavi di gestione e Descrizione e quantificazione dei flussi finanziari con particolare dettaglio delle fonti di finanziamento per realizzare l'intervento (POR FESR 2007-2013¹¹, POR FSE 2007-2013*, PON Ricerca e Competitività 2007-2013*, POI "Energie rinnovabili e Risparmio Energetico*", risorse private* – Private Equità, Banche, ecc. –, ecc)

L'entità e il tipo di risorse pubbliche e private necessarie per la realizzazione di azioni e progetti.

La tabella seguente riporta l'entità e il tipo di risorse pubbliche e private necessarie per la realizzazione dei progetti.

Tabella 0-2 Risorse pubbliche e private per il triennio ('000 di euro)

Progetto	Anno	Costo del progetto (k€)	Risorse private	Risorse pubbliche	Principali risorse pubbliche		
					FESR Puglia 2007 2013	FSE Puglia 2007 2013	PON Ricerca e competitività
Osservatorio territoriale della moda	Anno N.	67	16,75	50,25			X
	Anno N. +1	55	13,75	41,25			X
	Anno N. + 2	55	13,75	41,25			X
	Totale	177	44,25	132,75			
Intreccio di Filiere produttive	Anno N.	90	22,5	67,5	X		
	Anno N. +1	70	17,5	52,5	X		
	Anno N. + 2	70	17,5	52,5	X		
	Totale	230	57,5	172,5			
Sperimentazione sistema distributivo	Anno N.	540	135	405	X		
	Anno N. +1	540	135	405	X		
	Anno N. + 2	330	82,5	247,5	X		
	Totale	1.410	352,5	1.057,5			
Totale		1.817	454,25	1.362,75			

Il progetto è coerente con l'obiettivo specifico dell'Asse VI del FESR Puglia 2007 – 2013 che si propone di elevare la competitività dei sistemi produttivi e con l'obiettivo operativo di *"consolidare la crescita del tessuto produttivo attraverso progetti integrati di filiera promossi anche dai Distretti Produttivi, a favore dell'innovazione, della logistica e dell'integrazione delle fasi di produzione e di commercializzazione"*.

La tabella seguente riporta le principali informazioni relative al tipo di risorse pubbliche attivabili.

Tabella 0-3 Tipo di risorse pubbliche attivabili

¹¹ Indicare relativa/e misura/e di riferimento, obiettivi operativi, eventuale capienza di fondi, estremi di eventuali finanziatori privati (banche, private equity, ecc.)

Programma	Asse di intervento	Obiettivi specifici dell'asse di intervento	Linea di intervento
PON Ricerca e Competitività 2007 – 2013	Asse I:	Obiettivo specifico 1.1 "Sostegno ai mutamenti strutturali e rafforzamento del potenziale scientifico – tecnologico per la transizione dell'economia della conoscenza"	- Obiettivi operativi 1.1.3 "Reti per il rafforzamento del potenziale scientifico – tecnologico delle regioni della Convergenza - 1.1.5 "Cooperazione interregionale tra gli attori del settore scientifico e produttivo
FESR Puglia 2007 – 2013	Asse VI: "Competitività dei sistemi produttivi e occupazione"	- Elevare la competitività dei sistemi produttivi, partendo dall'evoluzione del contesto competitivo e tecnologico e su una maggiore capacità di offerta di risorse qualificate.	- Linea di intervento 6.1:" Interventi per la competitività delle imprese"

Soggetti sottoscrittori e finanziatori

Os.Mo - Sviluppo dell'osservatorio Territoriale per la moda

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
Giovanna Sbiroli srl – Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione – produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
CONSORZIO	Consorzio di ricerca	Cittadella della	Cittadella della Ricerca,	75

CETMA – Gianluca Ciullo		Ricerca, S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	S.S. 7 km. 706+030 - Brindisi	
IGEAM srl – Michele Casciani	Ricerca di uno sviluppo sostenibile	Via della Maglianella, 65/T - Roma	Cittadella della Ricerca S.S. 7 per Mesagne km. 7+300 - Brindisi	15
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
IVR srl – Giuseppe Vario	Abbigliamento per bambini	Via M. Mummolo - Putignano	Via M. Mummolo - Putignano	2
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

INTRECCIO DI FILIERE PRODUTTIVE

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 - Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 - Putignano	16
Loredana srl – Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
Moda Mediterranea SpA – Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1

PRIAMO srl – Achille Rosa Anna	Abbigliamento uomo donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS – Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
Caradonna Felice	Creazione gioielli	Via Putignani, 76 - Bari	Via Putignani, 76 - Bari	5
CAM srl – Antonio cervellera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 - Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 - Torre Santa Susanna - BR	11
Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
WINSOCKS srl – Gianluca Pizzolante	Produzione calze uomo - bambino	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	Zona PIP Caf. 7 - Conversano	12
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15
GRUPPO TESSILE FILO – MAGLIA srl – Giovanni Cappiello	Produzione di maglieria per c/t	Via Gravina, 177	Via Gravina, 177	16
ECOSINTEX srl – Paolo Marinuzzi	Produzione non tessuti agugliati e tessuti a maglia	Via Marconi, 15 - Noci	Via Marconi, 15 - Noci	1
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km.	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina	1

		2,200 – Martina Franca - TA	Franca - TA	
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
VANPLAST srl – Alfredo Vania	Produzione di tacchi, zeppe e fondi per calzature	Via Barletta, 261 - Trani	Via Barletta, 261 - Trani	23
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
P.R.I.A.M.O. srl – Rosa Anna Achille	Abbigliamento uomo – donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
BARBETTA srl – Carmine Luciano Barbetta	Fornitura di servizi alle aziende della moda	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	Via Prov.le per Lecce km. 2 Nardò - LE	49
MATESMA srl – Paolo Marinuzzi	Abbigliamento	Via Marconi, 15/C - Noci	Via Marconi, 15/C - Noci	1
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
BASE PROTECTION srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Bruxelles, 7 - Barletta	Via Bruxelles, 7 - Barletta	18
OVER TEAK srl	Produzione dispositivi di sicurezza individuali	Via Trani, 143 - Barletta	Via dell'Unione Europea, 28 - Barletta	81
Graphic SNC –	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario	Via Cap. Mario Laterza,	24

Giuseppe Genco		Laterza, 31 - Putignano	31 - Putignano	
LE COSTANTINE - Maria Cristina Rizzo	Tessitura artigianale	Via Costantine s.n. - Uggiano la Chiesa - LE	Via Costantine s.n. - Uggiano la Chiesa - LE	6
GREBO srl - Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP - Lequile - LE	Zona PIP - Lequile - LE	1

““Se non ti fai conoscere non vendi” - (innovare immagine e distribuzione)

Ragione sociale	Descrizione attività svolta	Sede legale	Sede operativa	Numero addetti
MALIP S.R.L. U.S Lippolis Giosuè Patrizio	Produzione di abbigliamento da cerimonia bambino/a	Via Vc. Sportelli n. 10 - Putignano	Via Vc. Sportelli n. 10 - Putignano	16
Loredana srl - Giuseppe Ricci	Produzione abbigliamento bambini e ragazzi	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	Via Ven. Cesare Sportelli, 15 - Putignano	32
Moda Mediterranea SpA - Paolo Marinuzzi	Promozione sistema moda	Corso Cavour, 2 - Bari	Corso Cavour, 2 - Bari	1
PRIAMO srl - Achille Rosa Anna	Abbigliamento uomo donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
Giovanna Sbiroli srl - Sbiroli Giovanna Carmela	Progettazione - produzione abiti da sposa	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	S.P. 237 delle grotte, 21/23 - Putignano	38
MAGLIFICIO ROSAGRAZIA SAS - Cosima Granieri	Produzione di abbigliamento neonato - bambino	Via Kennedy, 11 - Monopoli	Via Kennedy, 11 - Monopoli	6
CAM srl - Antonio cervelliera	Produzione e distribuzione biancheria intima	Via della Libertà, 21 - Torre Santa Susanna - BR	Via della Libertà, 21 - Torre Santa Susanna - BR	11

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di distretto"

Tintolavanderia Silvestro – Vito Carone	Attività di supporto alle confezioni	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	Via Giovanni XXIII, 13 - Bitritto	5
MAFRAT SPA – Nicola Giuseppe Antonio Totaro	Produzione e commercializzazione abbigliamento neonato - bambino	Via Bengasi, 19 - Putignano	Via Bengasi, 19 - Putignano	141
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Totaro Lucia	Maglieria e confezione per neonato	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro, Z.I. - Putignano	26
Confezioni BUFI srl – Vito Perricci	Produzione di abbigliamento bambino / a	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	Via G. Carducci n.c. - Monopoli	15
QUATTRO PIU' srl – Nicola Cristofaro	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	1
ICA srl – Giuseppe Ancona	Produzione capi spalla uomo - donna	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	Str. Prov.le per Mottola km. 2,200 – Martina Franca - TA	10
DISTRIBUZIONE STELLA srl – Lucia Totaro	Maglieria e confezione per neonato e bambini	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	Via Cavalieri del Lavoro Z.I. - Putignano	26
CONSORZIO IDEA FASHION – Giuseppe Ancona	Commercializzazione capi spalla uomo - donna	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	Via Bertani, 8 – Martina Franca - TA	1
AZETA FASHION – Giovanni Trivisano	Produzione capi spalla uomo - donna	Via Tridente n. 22 - Bari	Strada Prov.le per Mottola km. 2,200 Z.I. Martina Franca - TA	80
MALIP srl u.s. – Giosuè Patrizio Lippolis	Produzione abbigliamento da cerimonia bambino / a	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	Via V. C. Sportelli, 10 - Putignano	16
P.R.I.A.M.O. srl – Rosa Anna Achille	Abbigliamento uomo – donna	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	Trav. Torre D'Agera n.c. - Bitonto	35
MATESMA srl –	Abbigliamento	Via Marconi,	Via Marconi, 15/C - Noci	1

Distretto Produttivo della filiera Moda Puglia - "Programma di Sviluppo di distretto"

Paolo Marinuzzi		15/C - Noci		
ERREA srl – Michele Rotella	Produzione e distribuzione di gioielleria	Via Putignani, 27 - Bari	Via Putignani, 27 - Bari	6
Antonia Bianco	Abiti da sposa	Via Marcualpo, 30 - Putignano	Via Marcualpo, 30 - Putignano	17
LUISA SPOSA di Luisa Lotti	Produzione abiti da sposa	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	Via Giuseppe Pinto, 44 - Putignano	23
ERRETIEFFE di Ricco Teresa	Produzione abbigliamento neonati	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 1 - Putignano	9
PUGLIESE snc – Gianfranco Pugliese	Abbigliamento esterno per bambini	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	Via Cav. Del Lavoro, 49 - Putignano	8
Nocese Manifatture srl – A. Maiellaro	Abbigliamento maschile	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	Via le Lamie, 5/7/9 - Noci	40
TAILOR srl – Ottavio Nuccio	Confezioni ed accessori abiti cerimonia	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	S.S 275 km. 21,400 – Lucugnano di Tricase - LE	29
DECOTEX srl – Paolo Lucio Detomaso	Abbigliamento bambini	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	Via M. Mummolo, Z.I. - PUTIGNANO	8
Graphic SNC – Giuseppe Genco	Marketing e comunicazione	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	Via Cap. Mario Laterza, 31 - Putignano	24
LE COSTANTINE – Maria Cristina Rizzo	Tessitura artigianale	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	Via Costantine s.n. – Uggiano la Chiesa - LE	6
LA MATITA DEL SARTO srl – Pierluca Bagnardi	Produzione giacche	C.da Casalini zona PIP I. 15 – Locorotondo BA	C.da Casalini zona PIP lotto 15 – Locorotondo - BA	40
GREBO srl – Maria Livia Reboldi	Maglieria esterna	Zona PIP – Lequile - LE	Zona PIP – Lequile - LE	1

Indicazione degli interventi prioritari di piano

La presente revisione del Programma di sviluppo del distretto della filiera moda Puglia è coerente con le osservazioni formulate dal Nucleo di valutazione regionale e ne raccoglie i suggerimento.

In particolare, rispetto al documento elaborato a settembre del 2009:

- Si è compiuto lo sforzo di dare conto delle più recenti evoluzioni intervenute anche nel settore in esame a seguito della crisi recessiva che ha investito i mercati internazionali e che ha segnato in modo particolare le imprese manifatturiere e quelle del sistema moda in particolare;
- Si è data una maggiore coerenza ed omogeneità tra gli obiettivi generali di piano, gli obiettivi specifici a medio termine e le singole progettuali;
- Si è proceduto, ove possibile e coerente con l'impianto generale di piano, a realizzare un'azione di sintesi che ha ridotto da diciassette a tredici le schede progettuali.

Pur riconoscendo la validità dell'indicazione programmatica contenuta in ciascuna delle schede progettuali che sono state selezionate per definire un organico piano triennale, ma raccogliendo il suggerimento del Nucleo di Valutazione regionale circa l'opportunità di definire un'indicazione di priorità temporale da attribuire ai singoli progetti in attuazione del piano, si ritiene di poter indicare una graduazione degli interventi secondo la seguente griglia:

1. Campionari Innovativi
2. Progetto di internazionalizzazione
3. Supporto alla crescita del sistema delle imprese del distretto.
4. Accrescere le competenze degli operatori
5. Centro di ricerca, tecnologia e design per l'innovazione dei Dispositivi di protezione individuale e dei servizi per la sicurezza sul lavoro
6. MOTRACK – Tecnologie ICT per la tracciabilità di prodotto nel settore MODA
7. Boutique Puglia
8. TESSINN – Sviluppo di tessuti funzionali Innovativi
9. "COVIPRO - Sistemi di COdesign e Virtualizzazione PROdotti"
10. "La gestione sostenibile del Distretto e delle sue PMI - Attestato EMAS per il Distretto e percorsi di certificazione ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 E SA 8000 per le sue PMI"
11. Insieme per crescere

Nell'elenco non sono stati precisati i singoli progetti che afferiscono alle azioni funzionali ad "accrescere le competenze degli operatori" nella consapevolezza che le attività di formazione, per altro inserite anche in alcuni dei progetti appena indicati, siano difficilmente sintetizzabili in un'unica azione in quanto devono rispondere a molteplici esigenze tra di loro impossibili da aggregare.