



Urso: il fondo sovrano? Anche per la filiera della moda

Il ministro al Fashion&Luxury Talk di Rcs Academy: lotta alla contraffazione

L'incontro

di **Maria Elena Viggiano**

«Il fondo sovrano è destinato a rafforzare le filiere strategiche del Made in Italy, tra cui la filiera moda, anche con partnership pubblico-private», ha detto Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del Made in Italy, durante la 4° edizione del Fashion & Luxury Talk organizzato da Rcs Academy con il

Corriere della Sera. Intervistato da Luciano Fontana, direttore del Corriere, il ministro ha

parlato di «realizzare una significativa politica industriale italiana in sintonia con la politica europea». Prevede misure per «finanziare le startup, intervenire nella lotta alla contraffazione, realizzare i licei del Made in Italy».

Per Diego Della Valle, presidente e ad Gruppo Tod's, «il nostro valore aggiunto è la filiera produttiva delle piccole imprese italiane ma è un sistema che va protetto, anche per favorire le imprese più

giovani che si vogliono mettere sul mercato». Ma è necessario puntare a una crescita sostenibile. «Una sostenibilità umana che deve essere cli-

matica, economica, culturale, spirituale e tecnologica – dice Brunello Cucinelli, founder & creative director Brunello Cucinelli –. Dobbiamo lavorare senza danneggiare l'ambiente e abbiamo bisogno di un nuovo contratto sociale con il Creato». Per Sandro Veronesi, presidente Gruppo Calzedonia, «abbiamo un rapporto con pochi fornitori per conoscere meglio gli aspetti di sostenibilità sociale e ambientale».

Ma la moda è anche narrazione. Per Pierpaolo Piccioli, direttore creativo Maison Valentino, è «un linguaggio per raccontare le persone, se non suscitati emozioni il senso estetico diventa vuoto». Per Maria Giovanna Paone, presidente Kiton, «il lusso italiano è l'eccellenza della tradizione» in-

sieme «alle nuove idee portate dalla 3° generazione». L'industria della moda nel 2022 ha registrato la cifra record di oltre 100 miliardi di fatturato. Per Filippo Bianchi, managing director e senior partner BCG, «si prevede una ripresa a seguito dell'apertura della Cina». Per Aldo De Girolamo, managing director Corporate Coverage Deutsche Bank, «gli strumenti finanziari devono essere adeguati all'internazionalizzazione». Per Davide

Tonon, head of Climate Strategies Southern Europe Carbonsink, «ingaggiare la filiera permette di cambiare passo in tema di sostenibilità».

E la sfida è sapersi reinventare. Per Edoardo Zegna, chief Marketing, Digital and Sustainability Officer Zegna, parlando del progetto «Zegna X» con Microsoft «la tecnologia è un lusso se ti rende la vita più semplice». Per Marco Di Dio Roccazzella, general manager Jakala, «grazie all'analisi dei dati siamo in grado di tracciare una strategia di successo». Per Lorenzo Cotti, ceo & founder Integra Fragrances, «tecnologia e personalizzazione sono i nostri punti di forza». Per Luca Vergani, ceo Wavemaker Italy, è «fondamentale saper declinare il local nel global mantenendo i valori». Tra gli altri partecipanti: [Brenda Bellei Bizzi](#), Anna Fendi, Silvia Venturini Fendi, Delfina Delettrez Fendi, Mario Moretti Polegato, Riccardo Pozzoli, Marco Rambaldi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'evento

● Ieri si è svolta la quarta edizione del Fashion & Luxury Talk organizzato da Rcs Academy

con il Corriere della Sera. Al dibattito hanno partecipato il Ministro delle imprese e del Made in Italy,





► 8 giugno 2023

Adolfo Urso,
e diversi
rappresentanti
dell'industria
italiana
della moda
e del lusso



Il ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, intervistato dal direttore del Corriere, Luciano Fontana





► 8 giugno 2023



Diego Della Valle, presidente e ad di Tod's (1), Brunello Cucinelli, founder & creative director Brunello Cucinelli (2), Anna Fendi, imprenditrice e stilista Fendi (3), Silvia Venturini Fendi, artistic director of accessories and menswear Fendi (4), Delfina Delettrez Fendi, artistic director of jewelry Fendi (5), Maria Giovanna Paone, presidente Kiton (6), Mario Moretti Polegato, presidente Geox (7), Pierpaolo Piccioli, direttore creativo Maison Valentino (8), Sandro Veronesi, presidente Calzedonia (9), Edoardo Zegna, chief marketing, digital and sustainability officer Zegna (10)

