



Camera di Commercio  
Prato



Regione Toscana  
Città Valori Innovazione



c o m u n i c a t o   s t a m p a



## **Prodotto e mercato tornano protagonisti Nasce "For Prato", 4 azioni per raggiungere nuovi orizzonti competitivi**

Si chiama "For Prato" l'analisi di marketing strategico sul settore tessile/abbigliamento promossa dalla Camera di Commercio di Prato con il contributo di Toscana Promozione. La parte operativa sarà curata dalla società Tefen di Milano, la stessa che supportato lo sviluppo del dossier per Milano che ha permesso al Comune di vincere la competizione per l'Expo 2015. Si tratta di un progetto complesso, che parte da un'analisi di quello che oggi si produce a Prato e delle dinamiche competitive con il quale il distretto si deve confrontare, per cercare di individuare quelle fasi nelle quali ancora si **produce valore**. Terminata l'analisi sul territorio, il progetto cambia orizzonte e inizia l'analisi di come il prodotto di Prato viene percepito all'esterno, di quali sono i **nuovi trend** dei mercati, di quali possono essere i mercati nei quali la conoscenza approfondita del settore può essere determinante per trovare nuovi spazi competitivi. A quel punto il lavoro si concentrerà sull'individuazione dei **mercati-chiave** per la produzione del territorio, fornendo anche un piano di azioni concrete su come raggiungere quei mercati e su quali fattori fare leva.

"Il messaggio che vogliamo lanciare con questo progetto innovativo e fortemente operativo – commenta Carlo Longo, presidente della Camera di Commercio – è quello di rimettersi in gioco. Occorre ricominciare a fare gli imprenditori, dal momento che questo ruolo è stato in parte abdicato a causa della crisi economica, che ha posto un'altra parola d'ordine: quella di stare a galla".

"Uno dei pregi maggiori di For Prato è senz'altro la coralità, il suo ragionare in termini collettivi – commenta Stefano Giovannelli, presidente di Toscana Promozione – Il suo coinvolgere aziende, istituzioni e associazioni di categoria. Sarà quindi anche un valido test per mettere alla prova le nostre capacità di intervenire e pianificare il futuro del sistema economico toscano".

Vi regaliamo un'immagine:

"For Prato" è l'inizio di un viaggio: prima di partire come prima cosa si prepara la valigia, si apre l'armadio, si decide cosa tenere e cosa lasciare a casa. Poi si fa una lista delle cose da comprare per raggiungere la meta desiderata. A quel punto si è pronti a partire.

**Perché Prato ha bisogno di un nuovo posizionamento strategico** Le dinamiche della competizione internazionale e la crisi hanno indebolito le nostre aziende e rendono necessario aprire una riflessione concreta. Per essere concreti è necessario partire da un'analisi della produzione, dei servizi connessi, della catena del valore. Prato può vantare un'esperienza lunghissima nel tessile, un know how eccezionale, un territorio vocato alla produzione. Ci sono settori di sbocco, anche diversi da quello moda, nel quale questo bagaglio di conoscenza può trovare nuove applicazioni? E nella moda quali sono le nuove tendenze sulle quali puntare?

*Per ulteriori informazioni:*

UFFICIO STAMPA – 0574/612715/76 – 340/5231466 – [ufficio.stampa@po.camcom.it](mailto:ufficio.stampa@po.camcom.it)



**Un progetto innovativo e un lavoro “corale”** Un progetto di questo tipo non è mai stato fatto non solo a Prato, ma in nessun altro territorio italiano. Si tratta dell'applicazione di un mix di strategie di analisi, alcune classiche (porteriane) alcune più visionarie (ispirate a teorie come la Blue Ocean Strategy) che cercano di ridefinire i confini di mercato rispondendo alla domanda: “cosa “creare”, “ridurre”, “aumentare”, “eliminare” della mia offerta per rispondere meglio ai nuovi bisogni (espressi o latenti) dei clienti globali? Da queste 4 azioni (Creare, Eliminare, Aumentare, Ridurre) prende spunto il nome stesso del progetto 4Prato.

Si tratta di un lavoro che non potrà essere fatto studiando il distretto “in laboratorio” ma che porterà il team di analisi a incontrarsi con gli attori economici e sociali del territorio e anche a entrare nelle aziende per capire il funzionamento del nostro sistema produttivo e quello che facciamo.

**Una strategia a medio termine per immaginare oggi quello che vogliamo accada domani** Il lavoro si concluderà con un “Piano di azione”, un documento che dovrà individuare azioni concrete da mettere in campo per poter competere in quei mercati e in quei settori nei quali la conoscenza del tessile, anche applicata a nuovi comparti, può essere determinante. Alcune delle azioni avranno una ricaduta a breve termine, altre avranno tempi più lunghi di concretizzazione; ma quello che ad oggi manca è proprio una visione complessiva sul futuro del distretto e il lavoro potrà dare spunti interessanti di lavoro.

**Gli step e i risultati attesi** Il progetto sarà coordinato da un Comitato Guida di cui fanno parte, oltre a Toscana Promozione e alla Camera di Commercio di Prato, anche l'Unione Industriale e Rete Impresa. Entro settembre il lavoro sarà concluso e verrà presentato il Piano di Azione, per fare in modo di avere un documento concreto dal quale prendere spunto per la programmazione 2012.

E se “**mettersi in gioco**” è la parola d'ordine di questa nuova sfida, anche noi abbiamo voluto farlo, cercando di sintetizzare in 4 punti quello che il progetto si propone di fare.

1

**Concretezza:** il progetto ha un approccio molto concreto, che prende avvio da cosa si fa oggi a Prato, come lo si fa e chi lo fa. Il risultato finale sarà altrettanto concreto: sarà individuato cosa chiede il mercato, come il distretto può rispondere a queste esigenze, quali sono i canali attivabili.

2

**Rilancio:** il progetto si basa sulla convinzione che Prato, facendo leva sulle sue competenze nel settore tessile e moda, possa vivere una nuova fase di sviluppo e di crescita. Per farlo è necessario però mettersi in gioco, immaginare il futuro e prevedere le nuove tendenze.

3

**Esplorazione:** esplorare nuove possibilità di sviluppo, nuovi mercati, nuove applicazioni. Cercare un territorio fertile nel quale potersi affermare, trovare nuovi stimoli e creare occasioni di business inedite.

4

**Azione:** il risultato finale del progetto sarà un “Piano di azione” cioè un documento che dovrà individuare azioni concrete da mettere in campo per poter competere in quei mercati e in quei settori nei quali la conoscenza del tessile può rappresentare, anche applicata a nuovi comparti, può essere determinante.



Camera di Commercio  
Prato



Regione Toscana

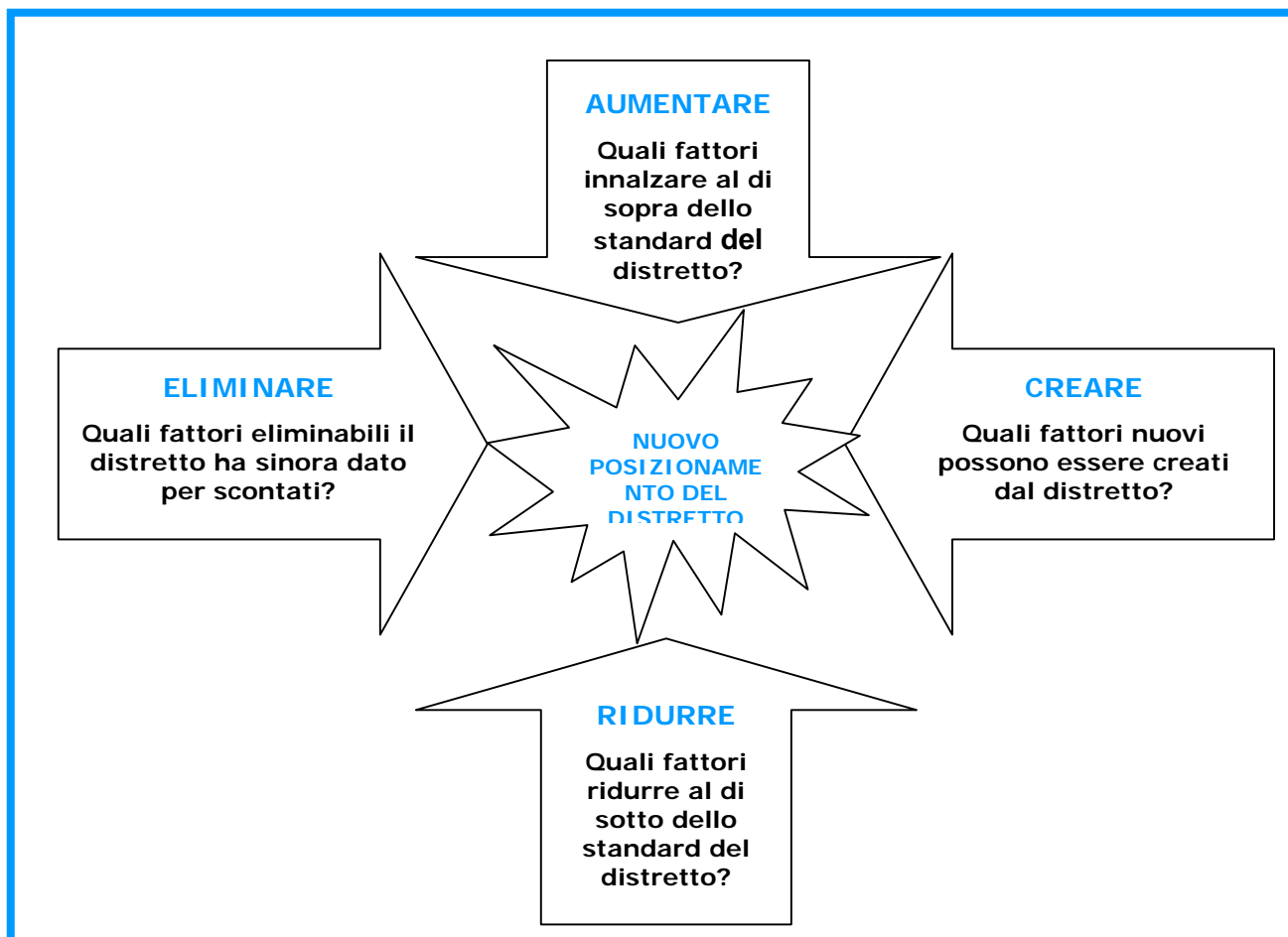
Distretti Valori Innovazione



TOSCANA

comunicato stampa

## Modello CREA o delle "4 azioni"



N° 06 del 24/01/2010

Per ulteriori informazioni:

UFFICIO STAMPA – 0574/612715/76 – 340/5231466 – [ufficio.stampa@po.camcom.it](mailto:ufficio.stampa@po.camcom.it)