



NEWSLETTER 2

Cosa c'è di nuovo?

Attività di Progetto

Dopo il meeting iniziale, tenutosi a febbraio a Timisoara, i partner del progetto IG-Fashion hanno iniziato il lavoro insieme sulle azioni previste per il primo anno. In particolare, hanno affrontato l'**Azione 2.2** a marzo e aprile e l'**Azione 2.3** a maggio e giugno.

L'**Azione 2.2** prevedeva la raccolta e l'analisi di significative buone pratiche di sostenibilità nel settore della moda e delle misure di ecosostenibilità messe in atto dalle imprese della moda nei paesi partner, all'interno del quadro generale europeo

L'**Azione 2.3**, invece, mirava a identificare le difficoltà e i vantaggi dell'uso di chatbot AI nell'industria della moda dei paesi partner, attraverso interviste a professionisti del settore.

Inoltre sono stati creati account di progetto sui social media quali Facebook, Instagram e LinkedIn - il sito Web ufficiale è in via di sviluppo - per diffondere i risultati ed esplorare temi relativi alla sostenibilità e all'uso della tecnologia nell'industria della moda.

Diamo uno sguardo ai risultati !

A2.2 Risultati

Sebbene in misura diversa, l'industria della moda è un settore economico rilevante in tutti i paesi partner di IG-Fashion. La nostra ricerca desktop ha evidenziato che in tutti e quattro i paesi sempre più aziende nel settore della moda hanno adottato un **approccio sostenibile** sia per mantenere alta la qualità sia per distinguersi nel mercato globale.

Per queste aziende operare in modo sostenibile significa, da un lato, limitare e **controllare l'uso di sostanze inquinanti** nell'intera filiera produttiva compreso la fine del ciclo di vita del prodotto, per limitare così sprechi. Dall'altro, comporta l'adozione di **pratiche di economia circolare**, ovvero nuovi modi di progettare, realizzare e vendere i prodotti del settore. La scelta della sostenibilità soddisfa sia la domanda dei consumatori responsabili sia i regolamenti della UE, tra i più severi al livello mondiale.

La ricerca ha anche evidenziato che la sostenibilità può essere raggiunta solo con grandi sforzi, costi elevati, cospicui investimenti in conoscenza, ricerca e innovazione e una stretta collaborazione lungo l'intera filiera produttiva.



Co-funded by
the European Union

NEWSLETTER 2



A2.3 Risultati

Dalle **interviste** ai professionisti della moda nei paesi partner si evince che quasi tutti gli intervistati conoscono o utilizzano **strumenti digitali** nei loro processi produttivi, ma pochissimi di questi strumenti sono attualmente basati **sull'intelligenza artificiale**.

Per quanto riguarda i **chatbot AI**, c'è una discreta curiosità nei loro confronti, anche se bilanciata da una rilevante dose di scetticismo.

Tra i lati positivi, gli intervistati riconoscono il **potenziale dei chatbot AI** per le aziende, per i clienti, ma anche per la ricerca e la formazione. Inoltre sono consapevoli del prezioso supporto che la tecnologia AI potrebbe fornire alla sostenibilità.

Lo svantaggio principale per molti intervistati riguarda i costi. La maggior parte di loro pensa che i chatbot AI siano troppo costosi e le aziende, in particolare le piccole e medie dimensioni imprese, non possono permettersi di integrare questi strumenti nei propri processi. Un altro timore diffuso riguarda la potenziale perdita di posti di lavoro per i professionisti del settore moda, soprattutto nel breve periodo.

Cosa ci aspetta?

I prossimi due mesi, prima della riunione dei nuovi partner, che si terrà nei Paesi Bassi in ottobre, saranno dedicati alla mettere a punto dei risultati dell'**Azione 2.4** del progetto, volti a identificare le sfide e i vantaggi dell'utilizzo dei chatbot AI nell'istruzione VET dei paesi partner attraverso **interviste a docenti e studenti**.

I partner redigeranno inoltre un **compendio** con i risultati delle Azioni 2.2, 2.3, 2.4 da inserire nel LSM IG-Fashion che sarà costruito nel secondo anno di attività del progetto.



" Towards an intelligent and Green approach in VET Fashion Design "

