

Informe sobre las necesidades de

**LA INDUSTRIA  
EUROPEA DE LA  
MODA IMPULSADA  
POR LA CREATIVIDAD**

2025

# ÍNDICE

Prólogo	02
EFA	04
Presentación	08
Metodología	09
Retos y Recomendaciones	10
<b>01</b> Sostenibilidad	10
<b>02</b> Innovación	18
<b>03</b> Formación	24
<b>04</b> Comunicación y distribución	34
<b>05</b> Consumo responsable	42
<b>06</b> Apoyo sistémico a la industria de la moda creativa	54
<b>07</b> Fortalecimiento de toda la cadena de valor	68
Resumen de Recomendaciones	76
Apéndice	130
Aviso Legal	132

# PRÓLOGO

El sector europeo de la moda se encuentra en una coyuntura crítica - formada por la urgencia ambiental, la transformación tecnológica y los dinámicos movimientos globales. En medio de estos cambios, la creatividad sigue siendo el activo más valioso de Europa. En este contexto, La European Fashion Alliance, (EFA), presenta este exhaustivo informe centrado en las necesidades actuales y las prioridades futuras de la industria de la moda impulsada por la creatividad, con especial énfasis en los retos y las oportunidades a las que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas (pymes).

Este enfoque en las pymes no es nuevo en nuestro trabajo. Continúa la dirección estratégica descrita en nuestras iniciativas anteriores, en particular en el Manifiesto de la EFA, reflejando nuestro profundo compromiso de apoyar el papel único de las pymes en la formación de un panorama de la moda diverso, sostenible y culturalmente enriquecedor. Como reafirmamos en dicho manifiesto, garantizar la visibilidad y la resiliencia de los actores creativos más pequeños, no es solo una cuestión de equidad, sino un requisito previo necesario para la vitalidad del sector a largo plazo.

En toda Europa, las pymes constituyen la columna vertebral de la industria de la moda. No solo son motores vitales de innovación, sostenibilidad e identidad cultural, sino que también representan la diversidad y la resiliencia que definen la moda europea. Sin embargo, estas empresas a menudo se enfrentan a desventajas estructurales que inhiben su capacidad para escalar, digitalizarse o cumplir con las nuevas exigencias regulatorias y ambientales. Este informe busca abordar estas brechas ofreciendo recomendaciones políticas concretas y medidas de apoyo que empoderarán a las pymes para prosperar ante la rápida transformación.

Anclado en una investigación cualitativa detallada, el informe se basa en las

perspectivas de los miembros de la EFA y las principales partes interesadas de todo el continente. Destacan siete áreas clave que requieren apoyo sistémico: sostenibilidad, innovación, formación, comunicación y distribución, consumo responsable, refuerzo estructural de la cadena de valor y alineación estratégica entre la industria y las instituciones de la UE.

En su núcleo, este informe se alinea con el objetivo de la Comisión Europea de garantizar la competitividad global de las industrias europeas, incluido el sector de la moda. La transformación del ecosistema de la moda debe ir de la mano de la preservación de su fortaleza económica. Un sector de la moda orientado al futuro e impulsado por la creatividad - empoderado por las pymes - es esencial para que Europa lidere la creación de valor sostenible, tanto dentro como fuera de sus fronteras.

Estamos convencidos de que Europa puede convertirse en un referente mundial de la moda responsable y creativa, pero esta visión solo se materializará si las autoridades públicas y el sector privado trabajan conjuntamente para liberar todo el potencial de sus creadores, especialmente de aquellos que operan a menor escala. Con este informe, la European Fashion Alliance pretende contribuir significativamente a la formulación de políticas de la UE fomentando un ecosistema de la moda inclusivo, competitivo, preparado para el futuro y singularmente europeo.

**Junta Directiva**  
**European Fashion Alliance**



# La European Fashion Alliance: Una Fuerza Creativa para el Futuro de la Moda en Europa

Fundada en 2022, la **European Fashion Alliance (EFA)** es la primera alianza transnacional de instituciones y organizaciones europeas de la moda. Reúne a una red diversa de marcas creativas de moda, diseñadores y actores culturales, incluyendo tanto talentos emergentes como casas consolidadas, con una misión compartida: **construir un ecosistema de moda europeo sostenible, innovador, inclusivo y competitivo.**

La EFA actúa como **portavoz** de la industria de la moda impulsada por la creatividad. Reúne a asociaciones de moda, entidades culturales y organizaciones del sector de toda Europa para promover políticas e iniciativas que reflejen **los valores, retos y oportunidades únicos** de este sector vital. Con especial énfasis en el **apoyo a las pequeñas y medianas empresas (pymes)**, que constituyen la columna vertebral de la industria de la moda europea, la EFA fomenta la colaboración, el intercambio de conocimientos y la transformación sistémica. **La moda europea va más allá de la actividad comercial: es cultura, identidad y artesanía.** La EFA trabaja para garantizar que este sector siga prosperando, no solo como contribuyente económico, sino también como un motor clave del **progreso social, la responsabilidad ambiental y la innovación creativa.** La alianza desempeña un papel esencial al conectar el sector de la moda con las agendas políticas europeas, como el Pacto Verde Europeo, la Estrategia Industrial de la UE y la Nueva Bauhaus Europea.

# Nuestros Valores:

## *El Manifiesto de 10 Puntos de la EFA*

El Manifiesto de la EFA articula la visión y los compromisos compartidos de la comunidad creativa de la moda europea. Describe diez principios que guían nuestro trabajo y la evolución de la industria:

### 1. Promocionando Valores Europeos

La moda está profundamente arraigada en las tradiciones humanísticas y culturales europeas. Refleja valores de creatividad, libertad, tolerancia y diversidad, inspirados en movimientos históricos desde el Renacimiento hasta el Modernismo.

### 2. La Creatividad como Motor Fundamental

La expresión creativa es la base de la industria de la moda. Los diseñadores lideran con imaginación, innovación y conciencia cultural, dando forma a estilos únicos que combinan la tradición con la modernidad.

### 3. La Moda como Conector Cultural

La moda forma parte de una amplia comunidad creativa. Los diseñadores colaboran con artistas, músicos, cineastas y arquitectos para enriquecer tanto la moda como el panorama cultural en general.

### 4. Las Semanas de la Moda como Eventos Artísticos

Los desfiles de moda son más que escaparates comerciales: son producciones culturales. Ubicadas en ciudades europeas icónicas, celebran la moda como una forma de arte vivo, contribuyendo a la vitalidad cultural de Europa.

### 5. La Sostenibilidad como Principio

La sostenibilidad es fundamental para la moda creativa. Desde la producción local hasta el uso de remanentes y el diseño circular, las marcas de moda son pioneras en nuevos modelos de responsabilidad ambiental.

### 6. Apoyo a Políticas Ambientales

La EFA apoya las reformas lideradas por la UE que fomentan la transición ecológica, la circularidad y la transparencia. La moda debe estar alineada con los objetivos públicos de sostenibilidad para impulsar un cambio sistémico.

### 7. Compromiso con la Responsabilidad Social

La moda debe ser justa. La industria apoya el empleo local, la producción ética, la inclusión y la igualdad de género. El diseño centrado en el ser humano y la representación diversa es innegociable.

### 8. Priorizar Calidad sobre Cantidad

La moda creativa prioriza la excelencia y la durabilidad sobre la producción en masa, contrarrestando así los impactos negativos de la moda rápida, redefiniendo el valor a través de la artesanía y la durabilidad.

### 9. Respaldar la Industria y el Empleo Europeos

La moda es un pilar de la industria manufacturera europea. Las casas creativas mantienen empleos y preservan oficios tradicionales, contribuyendo a la reindustrialización y a la resiliencia económica.

### 10. Impulsar la Innovación y el Conocimiento

Desde las técnicas artesanales hasta la IA, la moda creativa prospera gracias a la innovación. Los diseñadores están a la vanguardia de la fusión de soluciones de baja, media y alta tecnología para redefinir la producción y el consumo.

En conjunto, estos valores posicionan a la **European Fashion Alliance** como un socio estratégico para forjar el futuro de la industria de la moda europea: **una industria creativamente rica, socialmente justa, económicamente sólida y respetuosa con el medio ambiente.**

# PRESENTACIÓN

En diciembre de 2024, la European Fashion Alliance publicó su informe «Situación de la Moda Europea», basado en los resultados de una encuesta realizada a 211 representantes del sector, en colaboración con los 27 miembros de la EFA. La encuesta tenía como objetivo recopilar un amplio espectro de las perspectivas de la industria de la moda, garantizando así una visión general representativa de las tendencias, los retos y las oportunidades actuales. Se completó con entrevistas cualitativas a destacados líderes de opinión y expertos del sector.

Sus resultados revelaron un fuerte compromiso de los miembros de la EFA con una moda responsable desde el punto de vista ambiental y social, en consonancia con los valores de la EFA, pero también pusieron de manifiesto la necesidad de un mayor apoyo de las autoridades públicas para lograrlo, en particular para las pymes.

En este contexto, la European Fashion Alliance ha lanzado una nueva encuesta para identificar propuestas y recomendaciones concretas sobre cómo la UE puede apoyar las necesidades del sector de la moda impulsado por la creatividad.

En 2012, un documento de trabajo de la Comisión Europea sobre opciones políticas para la competitividad de las industrias europeas de la moda ya señalaba que *«en el mundo globalizado actual, para Europa se está convirtiendo en un reto, casi una imposibilidad, competir con las economías emergentes únicamente en precio. Sin embargo, una industria cada vez más basada en el conocimiento y la innovación, basada en productos, procesos y servicios de mayor valor añadido, puede garantizar que la posición de Europa como líder mundial se mantenga intacta»*.

Esta afirmación es más relevante que nunca y refleja las opiniones compartidas por los miembros de la EFA durante la encuesta.

Sus conclusiones se presentan en este informe.

# METODOLOGÍA

Para recopilar perspectivas y recomendaciones de valor, la EFA emprendió una iniciativa de investigación cualitativa integral, conduciendo entrevistas en profundidad con 16 de sus miembros. Estas entrevistas se estructuraron cuidadosamente para explorar la retroalimentación en siete áreas clave, cruciales para el crecimiento y la resiliencia del futuro de la organización y sus grupos de interés, que representan el segmento impulsado por la creatividad de la industria de la moda europea.

- Sostenibilidad
- Innovación
- Formación
- Comunicación y Distribución
- Consumo Responsable
- Apoyo Sistémico a la Industria de la Moda Creativa
- Fortalecimiento de Toda la Cadena de Valor

Antes de las entrevistas, se proporcionó un cuestionario estructurado a los miembros de la EFA. Este paso previo garantizó que los debates fueran específicos, eficientes y productivos, permitiendo a los participantes reflexionar sobre los temas con antelación y proporcionando una retroalimentación más profunda y completa durante las sesiones de entrevistas de una hora de duración.

La información obtenida en estas entrevistas ha permitido identificar 63 recomendaciones que se presentarán a las autoridades de la Unión Europea para implementar medidas concretas destinadas a apoyar el desarrollo y la competitividad del sector de la moda impulsado por la creatividad en las áreas clave mencionadas.

# (01) Sostenibilidad

“

*“Es un reto para mi marca obtener tejidos con garantías de sostenibilidad verificables. Incluso los materiales de origen local a menudo carecen de credenciales, lo que dificulta confirmar tanto su origen como sus estándares de sostenibilidad.”*

Macedonia del Norte

Si bien el 88% de los encuestados en la encuesta «Estado de la Moda Europea» indicó haber invertido recursos financieros o humanos para comprometerse con la sostenibilidad, el 59% de las empresas afirmó que aún carecía de las herramientas o el apoyo necesarios para implementar prácticas de alta calidad que permitieran la transición a un negocio más sostenible.

La sostenibilidad en el sector de la moda puede adoptar diversas formas y lograrse a través de diversas herramientas. Nuestros encuestados identificaron los siguientes retos y prioridades clave:

## 1.1 Abastecimiento de Materiales Sostenibles

### Contexto y Preocupaciones

El uso de materiales responsables es, sin duda, uno de los factores clave para ofrecer moda sostenible. Sin embargo, los miembros de la EFA destacaron tres barreras principales para el abastecimiento de dichos materiales:

#### Alto coste

Los elevados precios de los materiales etiquetados como "sostenibles", a veces injustificados, son un factor disuasorio significativo, especialmente para marcas emergentes o pymes con recursos limitados.

#### Etiquetas de certificación poco fiables

El panorama de las etiquetas y certificaciones es complejo. Con numerosas certificaciones diferentes provenientes de diversos actores privados, y con distintos niveles de transparencia en cuanto a los criterios de atribución y los procedimientos de supervisión, varios miembros señalaron **la dificultad para que las marcas gestionen dichas etiquetas y certificaciones**, e incluso, para algunas, **confiar en ellas**.

#### Falta de información sobre los materiales sostenibles disponibles

Muchas marcas, en particular aquellas de jóvenes diseñadoras y las pymes, no tienen acceso a datos suficientes sobre los proveedores de materiales sostenibles.



## Permitir un tipo de IVA reducido para materiales sostenibles certificados

Para fomentar el uso de materiales sostenibles, la EFA sugiere que la UE defina criterios claros de sostenibilidad y autorice tipos reducidos de IVA para los materiales que los cumplan, **revisando el Anexo III de la Directiva del IVA y animando a los estados miembros a adoptar un tipo reducido**. Esto apoyaría directamente a las pymes y constituiría un instrumento eficaz para alcanzar los objetivos de sostenibilidad establecidos por la Comisión Europea.

## Introducción a nivel de la UE de etiquetas de certificación sólidas y fiables, tanto para productos finales como para materiales

Esto es coherente con la revisión en curso de la Etiqueta Ecológica de la UE iniciada por la Comisión Europea. Este hecho es también crucial de cara a futuras regulaciones, como la ESPR, que introduce el requisito de incorporar contenido reciclado en los productos finales. Implementar dicho requisito **sin un marco adecuado sobre materiales reciclados por parte de las autoridades de la UE** podría dar lugar a prácticas abusivas por parte de actores privados, tanto en términos de precios como de certificación y calidad de los materiales vendidos como "reciclados".

## Financiación para una plataforma que incluya proveedores certificados de materiales sostenibles disponibles en la UE

Esta herramienta permitiría:

- Facilitar el acceso a fuentes fiables.
- Animar a las marcas que aún no se han comprometido con el abastecimiento sostenible a actuar.
- Apoyar a los productores europeos, acortar las cadenas de suministro y reubicar parte de la producción dentro de la UE.

Para evitar problemas de competencia o distorsiones del mercado, recomendamos que esta plataforma sea supervisada por la UE y no por actores privados. En particular, sugerimos que esta iniciativa forme parte de la revisión actual de la etiqueta ecológica, Ecolabel, de la UE.

### Recomendaciones

## 1.2 Apoyo a las prácticas sostenibles

### Contexto y

### Preocupaciones

Curiosamente, las entrevistas no indicaron una demanda sistemática de apoyo para la implementación de prácticas sostenibles. Muchos miembros de la EFA, pymes y marcas emergentes, **ya han situado la sostenibilidad en el núcleo de sus modelos de negocio**. Estas empresas suelen adoptar **enfoques inherentemente responsables**, como trabajar con materiales reciclados o stock desechado, producir localmente, operar con cantidades pequeñas u optar por modelos de fabricación a medida.

No obstante, si bien estas prácticas reflejan un compromiso genuino con la sostenibilidad, las empresas aún se tienen que enfrentar a **retos prácticos para ampliar o formalizar sus esfuerzos**. Por ejemplo, incluso las marcas comprometidas pueden carecer de acceso a la experiencia o a los recursos necesarios para desarrollar estrategias de sostenibilidad estructuradas u obtener certificaciones fiables.

Además, los encuestados también destacaron la importancia de conectar con compañeros de profesión con ideas afines y actores clave para intercambiar conocimientos y ganar visibilidad.

## Orientación - Bonos de consultoría

La EFA pide orientación respaldada por la UE para mejorar la sostenibilidad en la moda, a través de:

- Recursos de acceso abierto sobre prácticas sostenibles.
- «Listas de verificación de sostenibilidad» accesibles para las empresas de moda.
- Bonos para servicios de consultoría o acceso a servicios específicos dentro de la UE (*véase la propuesta del Fashion Hub más abajo*).

## Apoyo financiero para el acceso a certificaciones

Si bien estas pueden aportar valor a las empresas que invierten en sostenibilidad, su coste suele ser prohibitivo. La EFA recomienda crear **mecanismos de ayuda financiera para que las pymes que lo deseen accedan a estas certificaciones**.

## Financiación de la UE para ferias de moda sostenible y otros eventos

Apoyar eventos centrados en prácticas de moda sostenible, como ferias, exposiciones, mesas redondas, etc. Estos deberían:

- Fomentar el intercambio de conocimientos o buenas prácticas dentro del ecosistema.
- Dar visibilidad a las marcas de moda más pequeñas y creativas que ya implementan prácticas sostenibles innovadoras.
- Fomentar las oportunidades de encuentros colaborativos y networking.

### Recomendaciones

# (02)

## Innovación

Al igual que con la sostenibilidad, la innovación en la industria de la moda abarca una amplia gama de áreas, desde modelos de negocio circulares y nuevos materiales hasta herramientas digitales y sistemas de trazabilidad. En cuanto a la innovación tecnológica a gran escala, especialmente en técnicas e infraestructuras de reciclaje, la **European Fashion Alliance (EFA) acoge con satisfacción la iniciativa de la Comisión Europea de establecer la "Asociación Europea para los Textiles del Futuro"** como un avance positivo, y está dispuesta a participar en cualquier programa relevante al respecto.

La preocupación más frecuente entre los encuestados se centró en la **accesibilidad de las tecnologías actuales y emergentes, en particular las herramientas de Análisis del Ciclo de Vida (ACV), blockchain y el Pasaporte Digital del Producto (DPP).**

Adicionalmente, la moda es un sector híbrido que combina elementos culturales, creativos y de confección, con un proceso de innovación significativamente diferente al de los sectores puramente manufactureros o de servicios. En este sentido, la innovación en la moda puede representar tanto una oportunidad, por ejemplo, en la lucha contra la falsificación, como una amenaza, con el reto de preservar lo intangible: la creatividad y el saber hacer, y mantenerse en primera línea de la competitividad. Es esencial apoyar al sector en esta transición.

El **75%** de los encuestados sobre el «Estado de la Moda Europea» afirmó **no utilizar soluciones innovadoras para garantizar** la trazabilidad de los productos.

## 2.1 Mejorar la Accesibilidad e Implementación de Herramientas de Innovación

### Contexto y Preocupaciones

Las tecnologías mencionadas son cada vez más esenciales, no solo para el **cumplimiento de las próximas regulaciones de la UE**, como el ESPR, sino también para que las marcas puedan **comunicarse de forma transparente** y creíble con los consumidores.

Las pymes, en particular, se enfrentan a **importantes retos para acceder e implementar estas tecnologías**, debido a la limitación de recursos financieros, la falta de experiencia técnica y las limitaciones de capacidad humana, a pesar de su disposición a ser transparentes y adoptar prácticas responsables.

Para garantizar la igualdad de condiciones y preservar la diversidad del ecosistema de la moda europea, **es esencial que las pymes no se queden atrás en la transición tecnológica.**

Para mejorar la accesibilidad e implementación de las herramientas de innovación, la EFA propone las siguientes medidas:

### Apoyo financiero para acceder y desarrollar la innovación

Ofrecer subvenciones o programas de cofinanciación para ayudar a las pymes a adquirir o implementar tecnologías esenciales, especialmente cuando sean necesarias para el cumplimiento normativo.

### Financiación para la formación

Crear programas de formación específicos, desarrollados conjuntamente con expertos del sector y proveedores de tecnología, para garantizar que las pymes puedan comprender y utilizar plenamente las herramientas de innovación pertinentes para la sostenibilidad, la trazabilidad y la elaboración de informes.

### Programas de mentoría entre grandes y pequeñas empresas

Fomentar el intercambio de conocimientos intersectoriales financiando programas de mentoría estructurados en los que las grandes empresas guíen a las pymes en la implementación de prácticas y de herramientas de innovación. Este hecho, también puede promover una mayor cohesión en toda la cadena de valor.

### Promoción de colaboraciones entre instituciones académicas y el sector

### Desarrollo de versiones tecnológicas complejas adaptadas a las pymes

Financiar la adaptación o simplificación de las herramientas existentes para garantizar que sean accesibles, asequibles y manejables para las pequeñas empresas.

#### Recomendaciones

## 2.2 Introducir programas de I+D específicos para la moda y la industria creativa

#### Contexto y

#### Preocupaciones

En vista de la continua transformación estructural de la industria, estos incentivos serían fundamentales, no solo para mejorar la competitividad del sector, sino también para fomentar la inversión en tecnologías punteras, garantizando que la industria europea de la moda se mantenga a la vanguardia de las tendencias globales.

#### Recomendación

**Introducción de incentivos específicos de I+D para la moda o la industria creativa, como incentivos fiscales específicos o programas de financiación específicos.**

## 2.3 Financiar la propiedad intelectual impulsada por IA Herramientas de monitorización

#### Contexto y

#### Preocupaciones

El desarrollo de mercados digitales y plataformas de redes sociales ha incrementado exponencialmente la circulación de productos de moda falsificados, lo que representa una grave amenaza para los derechos de propiedad intelectual, la integridad de las marcas y la confianza del consumidor. Si bien los marcos de propiedad intelectual existentes a nivel nacional y de la UE brindan recursos legales, la velocidad y la escala de las infracciones digitales, especialmente a través del contenido generado por IA y el comercio electrónico transfronterizo, exigen soluciones más proactivas y tecnológicamente avanzadas.

#### Recomendación

**Financiación de herramientas de monitorización de propiedad intelectual impulsadas por IA que brinden sistemas automatizados de monitoreo y alerta y que detecten y eliminen productos de moda falsificados, uso publicitario de imágenes de marca, logotipos, etc. en tiempo real.**

# (03) Formación

La formación en el sector de la moda creativa abarca esencialmente dos aspectos principales. En primer lugar, para que las empresas prosperen y se mantengan competitivas, es esencial que la industria desarrolle nuevas habilidades que respondan a los nuevos retos, especialmente en términos de sostenibilidad, innovación y aspectos empresariales, a la vez que preserven el saber hacer y la artesanía tradicionales, fundamentales para la identidad de la moda europea.

En segundo lugar, ante la creciente complejidad regulatoria a nivel de la UE, un importante reto formativo reside en garantizar que las empresas de moda creativa, en particular las pymes, estén debidamente informadas y capacitadas para comprender, anticipar y cumplir con la legislación vigente y futura.

La mayoría de los encuestados han planteado la falta de habilidades y conocimientos necesarios para lograr la transición de la industria de la moda. En este sentido, el

72%

de los encuestados consideró que esta falta de habilidades podría solucionarse mediante programas de formación.

### 3.1 Formación de futuros talentos en la moda

#### Contexto y Preocupaciones

En 2012, un documento de trabajo de la Comisión Europea sobre opciones políticas para la competitividad de las industrias europeas de la moda ya señalaba que «la escasez, los desajustes y las lagunas en las competencias [podrían] provocar la desaparición de ciertas actividades y conocimientos técnicos en Europa», una afirmación que también se compartió en el contexto del Pacto Europeo por las Capacidades (EU Pact for Skills).

De hecho, si bien la gran mayoría de los encuestados destacó la **calidad de la formación en diseño en sus respectivos estados miembros**, se hizo mayor hincapié en la necesidad de **desarrollar y promover las competencias en confección**, así como en la necesidad de **vincular el diseño con otras competencias**, en particular en materia de gestión empresarial.

**Campañas a nivel de la UE para promover carreras profesionales en el sector de la moda**, con especial atención a las competencias en confección.

**Módulos obligatorios de sostenibilidad** en los programas de formación en moda y diseño financiados por la UE (vinculados a Erasmus+ o Europa Creativa).

**Formación subvencionada para profesionales en activo**  
Financiación de formación continua y reciclaje profesional.

### Aprendizaje interdisciplinar

Fomentar la integración de módulos de negocios y sostenibilidad en los programas de formación de diseño, y viceversa, para impulsar una nueva generación de profesionales de la moda capaces de combinar la visión creativa con la comprensión estratégica, ecológica y comercial.

#### Recomendaciones

El **69%**

de los encuestados sobre El Estado de la Moda Europea indicó que **planeaba o esperaba colaborar con instituciones educativas o de investigación en el desarrollo de su negocio.**

**Incentivar programas de intercambio profesional-académico**

**Aportar Cofinanciación de la UE para escuelas de formación profesional.** Ofrecer certificaciones en profesiones técnicas de la moda (patronaje, prototipado, etc.).

**Lanzar un programa de la UE para preservar y modernizar los conocimientos tradicionales**, especialmente en regiones con un rico patrimonio artesanal. Esto podría incluir **subvenciones** para la transmisión intergeneracional de conocimientos mediante **programas de aprendizaje formalizado o programas de mentoría.**

### Movilidad transfronteriza para el aprendizaje

Ampliar el programa de tipo Erasmus para incluir la movilidad del aprendizaje, permitiendo a los jóvenes europeos aprender habilidades de confección en otros países de la UE.



## 3.2 Formación sobre la normativa vigente y la futura

Los miembros de la EFA expresaron su preocupación por la falta de información accesible, clara y práctica sobre la normativa vigente y la futura aplicable a las empresas de moda, lo cual es especialmente crítico en relación con la reciente proliferación de dichas normativas en el contexto del Pacto Verde Europeo.

**Creación de una lista de verificación de cumplimiento normativo para las empresas de moda y acceso a servicios especializados dentro de la UE (véase la propuesta del Fashion Hub a continuación).**

En consonancia con la recomendación de la Comisión sobre medidas para combatir la falsificación, que animaba a los estados miembros y a las partes interesadas del sector a participar en el desarrollo de una **lista de verificación exhaustiva** para las pymes en el ámbito de la propiedad intelectual, la European Fashion Alliance solicita el desarrollo de una **lista de verificación similar destinada a garantizar el cumplimiento en el ámbito regulatorio**.

**Contexto y Preocupaciones**

**Recomendación**

<sup>1</sup> Recomendación de la Comisión sobre medidas para combatir la falsificación y mejorar la aplicación de los derechos de propiedad intelectual, 19/03/2024 [https://single-market-economy.ec.europa.eu/publications/commission-recommendation-measures-combat-counterfeiting-and-enhance-enforcement-intellectual\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/publications/commission-recommendation-measures-combat-counterfeiting-and-enhance-enforcement-intellectual_en)

La encuesta de la EFA  
«Situación de la Moda  
Europea» mostró que solo el

**52%**

de los encuestados conocía  
el Reglamento Europeo de la  
Moda (REF) a pesar de ser una  
de las regulaciones clave de la  
UE para el sector textil y, por  
ende, de la moda.

“

*“La complejidad es el reto. Con un manual sencillo para empresas grandes y pequeñas, y un escenario o una hoja de ruta simple, que explique paso a paso cómo cumplir con las diferentes leyes, Europa puede marcar una gran diferencia. Actualmente, dedicamos mucho tiempo a descifrar exactamente qué hacer.”*

Bélgica

“

*“El papel de las asociaciones también debería incluir el acompañamiento a las empresas en la implementación de dichas acciones garantizando su cumplimiento.”*

Italia

### Contenido de acceso abierto, seminarios web específicos y material de formación

Para ayudar a las empresas a comprender de forma práctica la normativa actual y futura aplicable a sus actividades, y en consonancia con los objetivos de la Estrategia para una Mejor Legislación, la EFA solicita que se publiquen directrices específicas y preguntas frecuentes actualizadas periódicamente en una página web o sitio web específico (en consonancia con iniciativas similares implementadas para la normativa de la UE contra la deforestación).

Las instituciones de la UE, en colaboración con las asociaciones de moda y organizaciones como la EFA, también podrían organizar seminarios web periódicos y proporcionar material de orientación práctica sobre las actualizaciones normativas.

# (04) Comunicación y distribución

En el contexto actual, marcado por las crisis mundiales, la inflación y el aumento de las tensiones comerciales, **apoyar al sector europeo de la moda es más crucial que nunca** para garantizar su competitividad y visibilidad.

Esta sección se centra en las **medidas para apoyar la comunicación, las ventas y la distribución** de las marcas de moda europeas impulsadas por la creatividad, en concreto las pymes, los diseñadores independientes y los actores locales, que desempeñan un papel fundamental en la creación de modelos de negocio sostenibles.

Durante las entrevistas con los miembros de la EFA, este ámbito reveló **importantes disparidades entre los estados miembros**. Si bien algunas asociaciones nacionales de moda, especialmente en Europa occidental y septentrional, reciben un fuerte apoyo de las autoridades públicas y, por lo tanto, pueden ayudar a las marcas emergentes, otras (en particular en Europa oriental) carecen de un respaldo similar. En estos países, **la moda no siempre se reconoce como un sector estratégico**, lo que deja a las marcas sin las herramientas institucionales para escalar o profesionalizarse. **Estas disparidades podrían mitigarse mediante subvenciones para mercados pequeños a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional**.

Además, **los países más pequeños de los estados miembros de la UE** destacaron cómo el tamaño limitado de los mercados nacionales restringe las oportunidades de crecimiento. En general, los encuestados coincidieron en que **facilitar los intercambios entre marcas**, especialmente entre mercados más pequeños y más grandes, fortalecería el ecosistema de la moda creativa en toda Europa.

Finalmente, se ha destacado en numerosas ocasiones que el sector de la moda creativa en la Unión Europea cuenta con un gran número de marcas de moda locales, diseñadores independientes o pymes, para las cuales un modelo válido es mantenerse pequeño y local en lugar de buscar una gran expansión y la producción de un gran número de unidades, siempre que puedan mantener la viabilidad financiera. Como se mencionó anteriormente, estas marcas suelen adoptar modelos de negocio inherentemente sostenibles. Estos modelos, alineados con los valores de la EFA, merecen visibilidad y apoyo institucional a nivel de la UE.

## 4.1 Impulsar la Presencia Digital y las Capacidades del Comercio Electrónico

Muchas pymes carecen de los recursos técnicos o financieros necesarios para construir y mantener una plataforma de comercio electrónico, a pesar de que hoy en día es una condición vital para la visibilidad y el éxito comercial. Por lo tanto, **la concesión de subvenciones para financiar la digitalización de estas marcas recibió un amplio apoyo de los encuestados**. Esto no solo ayudaría a las marcas de moda responsables a prosperar, sino que también contribuiría a la competitividad de la moda creativa en general, del sector europeo, ya que fortalecería su presencia online y, por lo tanto, concienciaría a los consumidores sobre este segmento del mercado ante la omnipresencia de las marcas de moda ultrarrápida que utilizan agresivas campañas de marketing digital.

### Proporcionar financiación para:

- Desarrollo web.
- Marketing online.
- Integración de soluciones de comercio circular o sostenible: **además, se podría impartir formación sobre prácticas de comercio electrónico sostenible, incluyendo estrategias para reducir las tasas de devolución y el impacto ambiental.**

### Contexto y Preocupaciones

### Recomendaciones

## 4.2 Apoyar la Profesionalización e Internacionalización de las Marcas de Moda Creativas

### Contexto y Preocupaciones

Como se mencionó anteriormente, hasta la fecha existen discrepancias entre los estados miembros en cuanto al apoyo que prestan a las marcas. Para abordar estas disparidades, la EFA sugiere las siguientes medidas:

### Recomendaciones

**Subvenciones para la participación en ferias internacionales, incubadoras y showrooms**, permitiendo a las marcas ampliar sus actividades y capacitarse en el funcionamiento de nuevos mercados, cada uno con sus propios códigos. Esto podría implementarse dentro de programas existentes, como el programa "Ferias Internacionales" del EIC (European Innovation Council), que podría incluir un grupo de nueva creación dedicado al sector de la moda o el textil.

**Paquetes subvencionados para viajes y promoción** para que las marcas de mercados más pequeños asistan a eventos profesionales y semanas de la moda en mercados más grandes.

**Financiación de programas de mentoría e iniciativas transfronterizas.**

**Financiación de eventos europeos de networking** creando conexiones en el ecosistema. Estos eventos no deberían limitarse a reunir a marcas de moda, sino también a proveedores, fabricantes, agencias de RP etc. Deberían complementar las semanas de la moda nacionales y ayudar a conectar mercados y ecosistemas en toda Europa.

**Cupones para servicios de consultoría sobre estrategias internacionales de ventas y exportación o acceso a servicios específicos dentro de la UE (véase la propuesta del Fashion Hub más abajo)**

Varios encuestados señalaron la necesidad de apoyo a las marcas en estos aspectos. Si bien existen agencias nacionales que ofrecen este apoyo a las empresas, la encuesta reveló discrepancias entre los estados miembros al respecto.

### 4.3 Promover Prácticas Responsables de Marketing Digital

Los *influencers* se han convertido en actores clave de la industria de la moda y del marketing digital. No obstante, la falta de un código de conducta o una regulación estandarizada ha generado incoherencias e incertidumbres jurídicas.

#### Proporcionar un marco armonizado para prácticas de marketing digital en la UE

En este sentido, la European Fashion Alliance (EFA) celebra el inicio de consultas sobre la futura Ley de Equidad Digital europea (Digital Fairness Act) por parte de la Comisión.

Contexto y Preocupaciones

Recomendación

# (05) Consumo responsable



## 5.1 Sensibilización de los Consumidores para Promover Opciones de Consumo Más Responsables

### Contexto y Preocupaciones

En los últimos años, la moda rápida y la moda ultrarrápida han llevado a que muchas decisiones de los consumidores se guían principalmente por el precio y ya no por otros factores de compra como la durabilidad, la calidad o incluso el diseño en algunos casos.

Por lo tanto, es importante educar a los consumidores actuales y futuros sobre el impacto real, tanto ambiental como social, de los productos de moda, así como promover hábitos más circulares.

La encuesta de la EFA «Situación de la Moda Europea» demostró que el

66%

de los encuestados cree que la imagen pública general de la industria de la moda es "bastante negativa" o "negativa".

Como respuesta parcial a esta conclusión, los encuestados coincidieron unánimemente en la necesidad de educar mejor a los consumidores sobre sus opciones de consumo, a la vez que se debía mejorar la comunicación sobre el impacto real de la moda.

De hecho, los encuestados hicieron hincapié en que el cambio en el comportamiento y los hábitos de consumo de los consumidores desempeña un papel fundamental en la promoción de la moda responsable y sostenible y, por lo tanto, en el apoyo a las marcas de moda creativas europeas.



“

*“Todos debemos desempeñar un papel. Los consumidores desempeñan un papel crucial a la hora de impulsar el cambio a través de sus decisiones de compra y de su demanda de ropa sostenible y de producción ética. Las empresas de moda y las textiles también son responsables de priorizar prácticas éticas y respetuosas con el medio ambiente en sus operaciones. Las políticas desempeñan un papel fundamental a la hora de establecer normas, regulaciones e incentivos que fomenten prácticas responsables y exijan a las empresas la rendición de cuentas por su impacto ambiental y social.”*

Irlanda

Para ello, la EFA solicita:

#### Recomendaciones

### La organización de campañas de concienciación desde diversos ángulos

- **Informar a los consumidores sobre el impacto ambiental y social de la moda**, en particular los costes ocultos de la moda rápida y las implicaciones de los precios extremadamente bajos.
- **Reforzar el valor cultural y emocional de la moda**, fomentando el apego a las prendas bien confeccionadas y reduciendo el consumo excesivo.
- **Apoyar la visibilidad de la moda producida en Europa**, destacando el valor añadido y las características de cada zona de producción y situando la calidad, la trazabilidad y la producción responsable como factores diferenciadores clave.

### El apoyo a eventos de formación pública y talleres prácticos dirigidos a diversos grupos de edad y comunidades

Animar a los estados miembros a integrar módulos sobre el consumo responsable de moda y el impacto de la moda en los programas escolares para educar a los futuros consumidores desde una etapa temprana (se establecieron paralelismos con campañas educativas similares sobre el tabaquismo o el uso de plástico, por ejemplo).

“

*“Tenemos que fomentar que la decisión de compra no esté dictada por el precio más bajo.”*

España

## 5.2 Dotar al Sector Europeo de la Moda Creativa de las Herramientas Adecuadas para Promocionar las Características y Fortalezas Específicas de sus Productos

Para que los consumidores **vuelvan a optar por marcas responsables**, es necesario fomentar la confianza en ellas, ser transparentes en cuanto a la sostenibilidad medioambiental y social, la durabilidad y la calidad que se puede esperar de la compra de un producto más caro.

En este sentido, se necesita el apoyo de las autoridades europeas para dotar al sector europeo de la moda impulsado por la creatividad, de **las herramientas necesarias para comunicar y promover las características y fortalezas específicas de sus productos en términos de sostenibilidad y responsabilidad social**.

Para ayudar a las marcas responsables a articular y promover la sostenibilidad, la calidad y el impacto social de sus productos, la EFA solicita:

### Financiación de un proyecto de investigación de la UE destinado a establecer un método para evaluar la sostenibilidad extrínseca

En su Resolución del 1 de junio de 2023 sobre la Estrategia de la UE para Textiles Sostenibles y Circulares, el Parlamento Europeo instó a la Comisión y a los estados miembros *a garantizar que el marco político sobre textiles adopte una visión holística de la durabilidad, que incluya tanto la durabilidad física como la emocional de los productos textiles comercializados, y que describa el diseño de la prenda teniendo en cuenta la relevancia y el atractivo a largo plazo para los consumidores, ya que la ropa representa un valor cultural*.

La EFA respalda plenamente esta solicitud y solicita un proyecto de investigación financiado por la UE dedicado a establecer un método para evaluar la durabilidad extrínseca.

#### Contexto y Preocupaciones

#### Recomendaciones

El **27%**

de los encuestados en la encuesta «Estado de la Moda Europea» indicó que había medido su propio impacto en la sostenibilidad social.

### Financiación para un proyecto de investigación de la UE destinado a establecer un *social labelling* en la moda

La EFA cree firmemente que **las consideraciones sociales son tan importantes como las ambientales** a la hora de comunicar el impacto de un producto de moda y, por lo tanto, deben abordarse con el mismo rigor. Por lo tanto, solicitamos la financiación de un proyecto de investigación de la UE dedicado a establecer el marco para el social labelling de la moda en la UE. Este proyecto también contribuiría a promover la moda creativa europea, ya que permitiría a las marcas promocionar sus prácticas virtuosas a los consumidores y fortalecer su competitividad frente a terceros.

### Establecimiento de una base de datos veraz sobre la huella ambiental

A pesar de los esfuerzos de empresas y marcas de moda comprometidas, la Base de Datos Europea sobre la Huella Textil sigue siendo insatisfactoria y está lejos de cumplir sus objetivos previstos. Más allá de la urgente necesidad de ampliar la precisión, persisten numerosas ambigüedades, entre las que se encuentran:

- **Precisión insuficiente:** el escaso grado de precisión de la base de datos, que oculta la diversidad del sector y penaliza injustamente a los productos de alta calidad.
- **Comparaciones sesgadas:** el hecho de que los impactos comparativos de las fibras naturales y sintéticas suelen favorecer a estas últimas, lo que obviamente puede cuestionarse.
- **Incoherencias en los datos:** diferencias frecuentes y significativas con respecto al impacto, por ejemplo, de un tejido determinado entre dos bases de datos.
- **Altas desviaciones estándar:** el alto grado de desviaciones estándar constantes, que pone en duda la evaluación actual de los valores medios.
- La consideración insuficiente de las innovaciones textiles.

No puede haber una política ambiental viable en un marco tan perjudicial. Apoyar a cualquier empresa privada, independientemente de sus competencias, está lejos de ser suficiente.

**La EFA insta a las autoridades públicas europeas a abordar estos temas cruciales y a cuestionar las políticas públicas.** Este esfuerzo debería implicar la movilización de todas las partes interesadas del sector de la moda - marcas, fabricantes...- junto con el mundo académico y las instituciones científicas, garantizando que se aprovechen al máximo la experiencia y los recursos necesarios para reformar la base de datos.

## Creación de una etiqueta para la producción en la UE

Hoy, los criterios actuales que permiten colocar la etiqueta "Hecho en" si la última transformación sustancial del producto se ha realizado en uno de los estados miembros, puede resultar engañoso para los consumidores. Podría preverse un debate sobre la revisión de estos criterios en el futuro, en el contexto de la revisión del Reglamento de Etiquetado Textil y en consonancia con los futuros requisitos de trazabilidad introducidos por el EPR a través de la DPP.

No obstante, como primer paso, y sin menoscabar la etiqueta "Hecho en" existente para los productores que deseen destacar la producción nacional, la EFA solicita la **creación de una etiqueta específica para productos cuyo diseño, artesanía y fabricación (excluyendo fibra, tejido y adornos) se hayan realizado en la UE**, lo que también podría implementarse en el futuro Reglamento de Etiquetado Textil.

Sería una forma eficaz de promocionar la moda europea en el exterior, impulsar la competitividad de las empresas de moda de la UE y ofrecer a los consumidores la garantía de que los productos se han elaborado en condiciones de producción responsables, de acuerdo con los estándares europeos, destacando al mismo tiempo la riqueza de cada zona de producción europea.

El **64%**

de los encuestados en el informe «Estado de la Moda Europea» cree que una etiqueta «Hecho en Europa» podría ayudar a reducir la huella de carbono de la industria de la moda.

## Incentivar el Comportamiento Circular en el Consumidor

Para integrar la circularidad en los hábitos de consumo, la EFA promueve:

- **Implementar o ampliar las bonificaciones por reparación**, similares al bonus Réparation francés, a nivel de la UE o de los estados miembros. Estos programas reducen el coste de las reparaciones de prendas para los consumidores y pueden diseñarse en colaboración con reparadores certificados y pymes de moda circular.
- **Apoyar servicios locales de sastrería y reparación** mediante subvenciones, microsubvenciones o su inclusión en los planes nacionales de economía circular.
- **Promover prácticas circulares**: reutilizar, reparar, clasificar, reciclar y educar sobre ellas. Hasta la fecha, por ejemplo, muchas marcas de moda se enfrentan al desconocimiento del consumidor cuando quieren destacar las características específicas de sus productos, como la facilidad de desmontaje durante el proceso de diseño, ya que desconocen lo que implica.
- **Educación de los consumidores para reducir sus tasas de devolución.**

(06)

# Apoyo sistémico a la industria de la moda creativa

Más allá de las medidas específicas en materia de sostenibilidad, innovación, formación o comunicación y distribución, muchas partes interesadas destacaron la necesidad de un apoyo de carácter más estructural para garantizar que el sector de la moda creativa con sede en la UE, pueda crecer y operar en condiciones justas y propicias, incluso con respecto a actores de terceros países.

Esto incluye una mejor visibilidad y coordinación de las herramientas de apoyo existentes a nivel de la UE, un mejor acceso a la financiación y los programas, especialmente para las pymes, y una cooperación institucional más sólida entre la European Fashion Alliance (EFA) y los organismos de la UE. También exige una **sólida protección de la propiedad intelectual**, así como **mecanismos reforzados de aduanas y vigilancia del mercado** para salvaguardar los activos creativos, combatir la falsificación y garantizar una competencia leal en el Mercado Único. Abordar estos desafíos horizontales es esencial para liberar todo el potencial de las medidas políticas y de financiación ya disponibles y garantizar que lleguen a las empresas y los territorios que más las necesitan.

## 6.1 Comprensión y Reconocimiento del Valor Económico del Sector de la Moda Creativa

### Contexto y Preocupaciones

Como preámbulo a esta sección dedicada al apoyo sistémico al sector de la moda creativa, cabe señalar que, a pesar de su valor cultural y económico, es probable que el impacto económico total y la contribución al desarrollo regional y al empleo del segmento impulsado por la creatividad de la industria de la moda de la UE estén subestimados debido a la falta de datos. Esta falta de visibilidad también puede limitar la capacidad de las instituciones de la UE para diseñar respuestas políticas a medida.

### Recomendación

La EFA solicita la **financiación de un estudio económico exhaustivo** dedicado a **crear una hoja de ruta del segmento de la moda creativa en toda la UE**, centrándose en:

- Facturación y modelos de negocio de las empresas de moda creativa
- Empleo, incluyendo artesanos y autónomos
- Potencial de exportación y alcance de mercado

Este estudio serviría de base para un apoyo político más específico y eficaz, reforzando el reconocimiento de la moda impulsada por la creatividad como un sector económico estratégico.



## 6.2 Apoyo a las Empresas, Especialmente a las pymes, para que se Beneficien de las Medidas Existentes

A lo largo de las entrevistas y la investigación realizadas para este informe, los miembros de la EFA expresaron una preocupación común: **la falta de claridad y accesibilidad respecto a los programas de apoyo de la UE disponibles** para el sector de la moda. Si bien algunos miembros han participado en iniciativas financiadas por la UE a nivel regional, la **fragmentación y la escasa visibilidad** de estos programas dificultan su adopción y potencial.

### Información digital centralizada

Desarrollar una página web específica alojada en la UE, y una guía descargable que enumere todos los mecanismos de apoyo disponibles para el sector de la moda, claramente organizados por tema y tipo de financiación (innovación, sostenibilidad, formación, Fondo para pymes de Propiedad Intelectual, etc.).

### Cooperación estratégica con los servicios de la UE

Establecer una colaboración a largo plazo entre la EFA y los servicios pertinentes de la UE para:

- Revisar y promover periódicamente programas alineados con las necesidades del sector creativo de la moda.
- Adaptar o codiseñar iniciativas para que se ajusten mejor a los retos específicos del sector.
- (Véase también: Fashion Hub más abajo).

### Simplificación y asistencia en los procedimientos de solicitud:

Introducir vías de solicitud más accesibles para las pymes en las convocatorias de propuestas de la UE, incluyendo:

- Plantillas y kits de solicitud precargados.
- Apoyo en la co-redacción o mentoría por parte de consultores expertos.
- Líneas directas o servicios de asistencia específicos para pequeñas empresas con capacidad administrativa limitada.

Contexto y  
Preocupaciones

Recomendaciones

“

*“Creemos firmemente que es necesaria una legislación que ofrezca incentivos financieros para reducir la huella ecológica de la moda. Si queremos lograr un cambio a gran escala, necesitamos unas condiciones equitativas en las que las empresas se vean afectadas de forma más directa que en la actualidad.”*

Dinamarca

## 6.3 Proporcionar Financiación Estratégica e Incentivos Fiscales para una Industria de la Moda Sostenible

### Contexto y Preocupaciones

Durante las entrevistas, muchos miembros expresaron su deseo de que la UE implemente medidas financieras y fiscales que permitan a la industria creativa de la moda europea seguir siendo competitiva frente a los actores de terceros países, especialmente los modelos de negocio que priorizan grandes volúmenes y precios bajos en detrimento de la sostenibilidad y los requisitos de derechos humanos.

### Recomendaciones

Implementar préstamos a bajo interés y programas de avales de crédito de microfinanciación de la UE dirigidos a pequeños y medianos productores con sede en la UE.

Para abordar las deficiencias de financiación de las pymes, estos instrumentos financieros deberían dirigirse específicamente a artesanos de marcas independientes, trabajando con las cadenas de suministro locales. La EFA solicita medidas políticas destinadas a dinamizar las oportunidades financieras de las pymes y aliviar sus limitaciones crediticias, como el Programa COSME o el Mecanismo de Garantía de Préstamos COSME, dedicados a la transformación digital. Se debe prestar especial atención a las pymes de mercados más pequeños o menos desarrollados.

Fondos específicos de la UE para apoyar modelos de negocio sostenibles, incluyendo el modelo de "pre-order" o "hecho a medida", así como otros modelos de negocio sostenibles basados en criterios que definirán las autoridades de la UE.

En relación con las eco-modulaciones en el marco de los futuros programas de Responsabilidad Ampliada del Productor, se deben considerar impuestos o sanciones para empresas de moda o productos con baja calidad ambiental, o bonificaciones para empresas o productos que superen los estándares de sostenibilidad.

Los impuestos diferenciados podrían ayudar a aprovechar la diferencia de precio entre los productos de moda ultrarrápida y los productos de moda sostenible. La penalización recaudada también podría utilizarse para financiar acciones que promuevan la sostenibilidad y la innovación.



## 6.4 Fortalecimiento de la Protección de la Propiedad Intelectual en el Sector Creativo de la Moda

La propiedad intelectual es un componente clave del ecosistema creativo de la moda. Protege la originalidad, la reputación y el valor económico del diseño y de la identidad de marca, desde jóvenes diseñadores y pymes hasta casas de moda consolidadas. Sin embargo, el sector se enfrenta a crecientes desafíos relacionados con la expansión de los mercados digitales y la aparición de nuevos actores que infringen los derechos de propiedad intelectual y ofrecen productos falsificados. Si bien la UE ya ha adoptado medidas importantes en este sentido, **es crucial seguir reforzando los marcos de protección de la propiedad intelectual para garantizar una competencia leal, preservar el valor cultural y creativo, y mantener el liderazgo mundial de Europa en el sector de la moda.** Además, si bien los derechos de propiedad intelectual son activos clave para las marcas de moda, su protección sigue representando un desafío para algunos actores, tanto desde el punto de vista administrativo como financiero. Es fundamental proseguir los esfuerzos para mejorar el acceso a la protección de la propiedad intelectual.

**Creación de un grupo de trabajo contra la falsificación de moda, con la participación de plataformas de comercio electrónico, en colaboración con la EUIPO.**

**Desarrollo de recursos e interfaces específicos para la moda en colaboración con la EUIPO.**

**Financiación de herramientas de monitorización de la propiedad intelectual basadas en IA (ver más arriba).**

### Contexto y Preocupaciones

### Recomendaciones

## 6.5 Garantizar la Competencia Leal y la Coherencia Regulatoria en el Mercado Único

El aumento de las importaciones de bajo valor procedentes de terceros países ha puesto de manifiesto deficiencias en los controles de cumplimiento normativo y seguridad de los productos. Si bien los productores de la UE deben cumplir estrictas normas regulatorias y de sostenibilidad, muchas importaciones de terceros países incumplen dichas normas debido a su eficacia del control aduanero. Se necesita una aplicación aduanera más rigurosa y basada en el riesgo para garantizar la protección del consumidor además de unas condiciones de competencia equitativas entre las partes interesadas.

**Fortalecer los mecanismos de vigilancia aduanera y del mercado para las importaciones de bajo valor.**

La European Fashion Alliance (EFA) acoge con satisfacción los debates e iniciativas regulatorias actuales sobre estos temas y aboga por medidas políticas contundentes al respecto.

### Contexto y Preocupaciones

### Recomendación

## 6.6 Ajuste de las Normas Minimis para las pyme Creativas del Sector de la Moda

### Contexto y Preocupaciones

Durante el proceso de consulta, se expresó preocupación por las limitaciones impuestas por el **reglamento de "minimis" de la UE** a las ayudas públicas concedidas a las pymes Creativas del Sector de la Moda. Si bien el marco de "minimis" ofrece un procedimiento simplificado para la concesión de pequeñas cantidades de ayudas estatales, pueden **limitar el alcance y la duración del apoyo** necesario para sostener eficazmente los modelos de negocio creativos y sostenibles en el sector de la moda de la UE.

En contraste, otros sectores culturales, como el teatro, la música y el patrimonio, se benefician de **exenciones específicas en virtud del artículo 53 del Reglamento General de Exención por Categorías (RGEC)**, que permiten conceder ayudas públicas sin rebasar el límite máximo. A pesar de su clara dimensión cultural, **el segmento creativo de la industria de la moda de la UE no está explícitamente reconocido en estas exenciones**, lo que somete a las empresas de moda impulsadas por la creatividad a umbrales de ayuda más estrictos.

### Recomendaciones

En vista de estas disparidades, la European Fashion Alliance insta a la Comisión Europea a:

**Aclarar la elegibilidad de los proyectos relacionados con la moda bajo las exenciones culturales del RGEC.**

**Explorar la posibilidad de incluir la moda creativa (según los criterios que se definirán con las autoridades de la UE) en el ámbito de aplicación del artículo 53 en futuras revisiones.**

Esta medida garantizaría que **la moda creativa reciba el mismo reconocimiento y flexibilidad regulatoria que otros sectores culturales y creativos**, lo que permitiría a los estados miembros y a las instituciones de la UE apoyar de manera más eficaz a este segmento de la industria.

## 6.7 Creación de un Fashion-Hub para Marcas Creativas

A lo largo de este informe, varias recomendaciones clave han destacado la necesidad de mejorar el **acceso a la información, a las herramientas y al apoyo personalizado** para las marcas de moda impulsadas por la creatividad, y especialmente para las pymes. Ya sea en materia de sostenibilidad, cumplimiento de la normativa europea en constante evolución, adopción de innovaciones o internacionalización, surge el mismo reto surge: los recursos a menudo existen, pero permanecen **dispersos, fragmentados o de difícil acceso**. Para maximizar el impacto de estas medidas propuestas, la European Fashion Alliance recomienda la creación de un **hub digital de soporte y centralizado**: un punto de acceso único diseñado para **integrar e implementar varias de las acciones estratégicas descritas en este informe**.

La EFA propone la creación de un **Fashion-Hub Europeo**: una plataforma digital y operativa adaptada a medida de las necesidades de las **marcas de moda creativas de toda la UE**.

El Hub tendría como objetivos:

- *Centralizar el acceso a:*
  - Programas de apoyo nacionales y de la UE.
  - Orientación regulatoria.
  - Herramientas para la sostenibilidad, la innovación y las facetas empresariales.
- *Ofrecer servicios de apoyo a medida:*
  - Kits de herramientas y listas de verificación de acceso abierto.
  - Acceso a programas de consultoría o mentoría.
  - Contenido educativo y módulos de formación.
  - Asistencia en la solicitud de programas de la UE.
- *Fomentar la visibilidad y la colaboración:*
  - Conexiones y creación de redes dentro del ecosistema.
  - Presentación de buenas prácticas y eventos en la UE.
  - Promoción de la identidad y de los valores de la moda creativa europea.

El Fashion-Hub podría desarrollarse en colaboración con la Comisión Europea y las partes interesadas pertinentes, actuando como un **elemento estructural clave** que garantice el éxito y la escalabilidad de las recomendaciones formuladas en este informe.

### Contexto y

### Preocupaciones

### Recomendaciones

“

*“La educación es una cuestión de cambio de gestión, donde los responsables políticos pueden apoyar impartir formación en código abierto. El contenido debe adaptarse a los diferentes tipos de empresas en términos de tamaño, organización de la cadena de suministro, comercialización, etc., para generar un impacto real.”*

Francia

# (07)

## Fortalecimiento de toda la cadena de valor

La competitividad, resiliencia y sostenibilidad de la industria europea de la moda creativa no solo dependen de las marcas, sino también de toda la cadena de valor.

Para apoyar esta perspectiva sistémica, es esencial reforzar el ecosistema en el que operan las empresas de moda creativa. Esto incluye facilitar el acceso a materiales responsables a los pequeños productores, preservar y modernizar el saber hacer artesanal y de manufactura en toda Europa, y promover cadenas de suministro más transparentes, trazables y justas, tanto dentro de la UE como mediante colaboraciones con proveedores de confianza de terceros países. Al fortalecer cada eslabón de la cadena de valor, la UE puede crear las condiciones para un ecosistema de la moda más competitivo, circular y culturalmente rico.

## 7.1 Apoyo a Fabricantes y Artesanos

### Contexto y Preocupaciones

Los pequeños fabricantes o los artesanos tradicionales son fundamentales para la excelencia de la moda creativa europea. Por lo tanto, es esencial que la producción europea siga apoyándose en el saber hacer de los pequeños artesanos para que estas técnicas atemporales se perpetúen. Sin embargo, muchos de estos actores operan con una visibilidad limitada hasta la fecha.

### Recomendaciones

#### Financiación para pymes de manufactura y artesanos:

- Proporcionar financiación directa para apoyar la **digitalización de las empresas artesanales**, incluyendo el desarrollo de sitios web y herramientas de venta digitales.
- Financiar la creación de una **base de datos o plataforma europea que muestre el saber hacer y las técnicas artesanales**, promueva el patrimonio cultural y les facilite el acceso al mercado.

## 7.2 Facilitar el Acceso a Materiales para Productores de Pequeños Volúmenes

Un obstáculo importante identificado por muchos miembros de la EFA, en particular las pymes y los diseñadores independientes, reside en la dificultad de obtener materiales en pequeñas cantidades. La estructura actual de la cadena de suministro textil tiende a favorecer a los grandes compradores, lo que genera desventajas sistémicas para las pequeñas y medianas empresas de moda:

- **Las cantidades mínimas de pedido (CMP)** establecidas por los proveedores suelen ser demasiado elevadas para tiradas de producción pequeñas, especialmente para materiales y certificados sostenibles o innovadores.
- **Los pedidos más pequeños conllevan precios más altos**, lo que genera un desequilibrio de costes entre las pequeñas y las grandes empresas.
- Los proveedores suelen priorizar a los grandes clientes, lo que conlleva plazos de entrega más largos o incluso rechazos de suministro para las marcas más pequeñas.
- Estas condiciones **limitan la capacidad de las marcas para producir solo pequeños volúmenes de productos y evitar la sobreproducción**, a pesar de su firme compromiso con las prácticas sostenibles.

**Contexto y Preocupaciones**

### Recomendaciones

Para superar este desequilibrio estructural, se proponen las siguientes medidas:

**Financiación de una plataforma que incluya un listado de proveedores certificados de materiales sostenibles disponibles en la UE (ver apartado 01, Sostenibilidad).**

### Subvenciones o ayudas para la adquisición de lotes pequeños

- Proporcionar **apoyo financiero a las empresas para compensar los costes adicionales** que supone la compra de materiales en pequeñas cantidades.
- Animar a los gobiernos nacionales o a la UE a **introducir cupones o reembolsos parciales para la adquisición de materiales** a precios unitarios más elevados.

**Fomentar la cooperación transfronteriza entre los estados miembros de la UE para conectar a los productores de materiales con las pequeñas marcas de moda de distintas regiones.**

### Incentivar a los proveedores que:

- Ofrezcan cantidades mínimas de pedido más pequeñas a los diseñadores europeos.
- Prioricen los materiales sostenibles para compradores diversificados.
- Creen líneas de productos o catálogos específicos para pequeñas marcas.

## 7.3 Fomentar el abastecimiento responsable dentro y fuera de Europa

### Contexto y

### Preocupaciones

Si bien la producción en Europa sigue siendo un pilar central de la visión de la EFA, la realidad de la cadena de suministro textil global implica que una parte significativa de las materias primas utilizadas en la moda europea continúa procediendo de fuera de la UE. Esto presenta desafíos constantes en términos de trazabilidad, transparencia y cumplimiento de las normas ambientales y sociales europeas.

Al mismo tiempo, existe una clara oportunidad y necesidad de fortalecer la capacidad de producción de materias primas de la UE mediante el apoyo a la **agricultura sostenible y regenerativa**, en particular para fibras como el lino y el cáñamo. Estas cadenas de suministro locales no solo son preferibles desde el punto de vista ambiental, sino que también contribuyen a la resiliencia y la soberanía de la moda europea.

### Recomendaciones

#### Incentivos fiscales para los agricultores de la UE que producen fibras de bajo impacto

Introducir exenciones fiscales y apoyo financiero para los agricultores que cultivan fibras sostenibles como el lino y el cáñamo, especialmente aquellos que utilizan prácticas agrícolas regenerativas.

#### Asociaciones internacionales responsables

- Apoyar las asociaciones entre empresas de moda europeas y productores de materias primas de terceros países que demuestren altos estándares ambientales y sociales.
- Facilitar iniciativas de trazabilidad apoyadas por la UE y programas de desarrollo de capacidades en los países productores para reforzar el abastecimiento ético y los beneficios mutuos.



# RESUMEN DE RECOMENDACIONES

Las recomendaciones mencionadas anteriormente se resumen en la tabla a continuación. Cada recomendación va acompañada de una propuesta tipo de una acción a nivel de la UE, indicando el instrumento más relevante que la Comisión Europea podría movilizar para su implementación:

- **Iniciativa legislativa o reglamentaria**
- **Integración en programas de la UE existentes**
- **Lanzamiento de un programa piloto o plataforma de la UE**
- **Orientación estratégica/normativa no vinculante**
- **Acciones de investigación, sensibilización o comunicación**

Cuando procede, también se han sugerido programas pertinentes de la UE, aunque la asignación y la ejecución definitivas quedarían en última instancia a discreción de la Comisión.



# Abordar las Barreras del Abastecimiento de Materiales Sostenibles

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGLAMENTARIA	Permitir tipos de IVA reducidos para materiales sostenibles certificados		●●
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGLAMENTARIA	Introducir certificaciones de la UE sólidas y fiables para materiales y productos finales sostenibles		●●
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Crear una plataforma que incluya a los proveedores de materiales sostenibles certificados en toda la UE	Single Market Programme (SMP), COSME, Creative Europe	●●●

## Resultados Esperados

- Cadenas de suministro más cortas
- Mayor uso de materiales sostenibles en productos de moda
- Mayor competitividad de las empresas de moda de la UE

# Apoyar y Promover la Implementación de Prácticas Sostenibles

ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA / NORMATIVA NO VINCULANTE		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
Proporcionar contenido de recursos abiertos y listas de verificación sobre sostenibilidad			●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE		SMP, Creative Europe, ESF+	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE		SMP, Creative Europe, LIFE	●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE		Creative Europe, COSME, SMP	●●

## Resultados Esperados

- Mayor uso de materiales sostenibles en productos de moda
- Transición acelerada hacia modelos de negocio sostenibles

# Mejorar la Accesibilidad y la Implementación de Herramientas de Innovación

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Proporcionar subvenciones para que las pymes accedan e implementen tecnologías como ACV, DPP y blockchain	Horizon Europe, Digital Europe Programme, SMP	●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Crear programas de formación sobre herramientas de innovación, desarrollados conjuntamente con expertos tecnológicos	Erasmus+ , Digital Europe Programme, SMP	●
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Crear y promover programas de mentoría que vinculen a grandes empresas con pymes	SMP, COSME, Creative Europe	●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Crear y promover colaboraciones entre el mundo académico y la industria	Horizon Europe, Erasmus+ , Creative Europe	●
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Desarrollar versiones de herramientas tecnológicas complejas adaptadas a las pymes	Digital Europe Programme, Horizon Europe	●●●

## Resultados Esperados

- Mayor cumplimiento normativo
- Mayor transferencia de conocimiento
- Mayor transparencia y trazabilidad a lo largo de la cadena de valor
- Reducción de barreras técnicas y financieras
- Apoyo a la industria para alcanzar los objetivos de competitividad, según lo establecido por la Comisión

Introducir Incentivos de I+D  
Específicos para la Industria de  
la Moda o la Industria Creativa

INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS  
EXISTENTES DE LA UE

Introducir planes de incentivos, como créditos fiscales  
específicos o planes de financiación concretos

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●

Horizon Europe, SMP, EIC programme

●●

Resultados Esperados

- Impulsar la innovación preservando la creatividad y la experiencia inherentes al sector
- Apoyar la transición innovadora del sector, mientras se mantiene a la vanguardia de las tendencias globales

Desarrollar Innovación en la Lucha contra la Falsificación y la Protección de los Derechos de PI

LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE

Herramientas de monitoreo de IP impulsadas por IA

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORITY ●●●

Horizon Europe, Digital Europe EUIPO

●●

Resultados Esperados

- Reducción de la circulación de productos de moda falsificados y de las infracciones de propiedad intelectual
- Mayor eficacia en la aplicación de la ley para los titulares de derechos de propiedad intelectual, reduciendo los costes legales y administrativos
- Mayor confianza del consumidor
- Mercados digitales más justos y transparentes

# Abordar la Escasez de Habilidades: Capacitar a los Futuros Talentos en la Moda

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
ACCIONES DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Lanzar campañas para promover carreras profesionales en moda		●●
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Implementar módulos obligatorios de sostenibilidad en los planes de estudios de moda	Erasmus + Horizon Europe	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Subvencionar programas de formación y reciclaje profesional para profesionales de la moda	Erasmus+ ESF+	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Desarrollar el aprendizaje interdisciplinario (diseño, negocios y sostenibilidad)	Erasmus + Horizon Europe	●●

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)		PRIORIDAD ●●●	
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Crear y promover programas de intercambio profesional y académico	Erasmus+	●●		
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Cofinanciación de la UE para certificaciones y escuelas de formación profesional	ESF+ Erasmus+	●●		
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Puesta en marcha de un programa para preservar y modernizar los conocimientos de las artesanías textiles	ESF+ Erasmus+	●●●		
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Promover la movilidad transfronteriza para el aprendizaje	ESF+ Erasmus+	●		

Resultados Esperados

- Industria de la moda europea fortalecida y recapacitada
- Preservación de los conocimientos y técnicas tradicionales



# Abordar la Falta de Conocimiento Sobre las Regulaciones

ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA /  
NORMATIVA NO VINCULANTE

Crear y proporcionar listas de verificación de cumplimiento normativo para empresas

INTEGRACIÓN EN LOS PROGRAMAS  
EXISTENTES DE LA UE

Proporcionar recursos de acceso abierto, crear y proporcionar seminarios web y materiales de capacitación sobre normativas

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●

●●●

SMP, Erasmus+, COSME

●●●

## Resultados Esperados

- Mayor cumplimiento normativo
- Reducción de la carga financiera y administrativa para las empresas
- Consecución de los objetivos de la estrategia «Mejor Legislación» de la Comisión Europea

# Apoyo a la presencia digital y las capacidades de comercio electrónico

## INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE

Ofrecer subvenciones para el desarrollo de sitios web y marketing digital

### PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

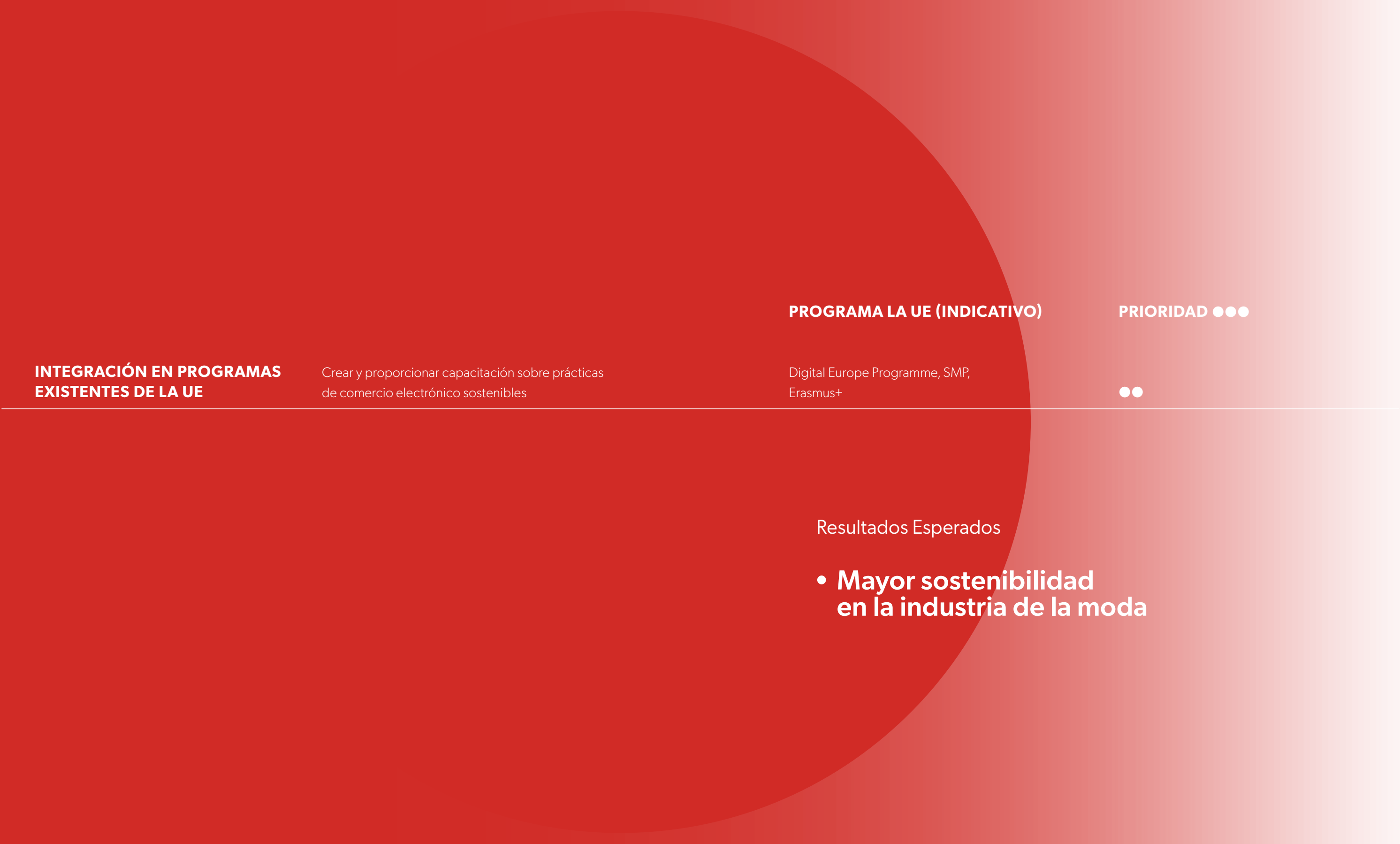
### PRIORIDAD ●●●

Digital Europe Programme, COSME, Horizon Europe

●●●

## Resultados Esperados

- Desarrollo en la UE de un sector de la moda responsable
- Fortalecimiento de la competitividad de la industria europea de la moda creativa
- Mayor visibilidad digital y alcance de mercado para las marcas de moda responsables



# Apoyar la Profesionalización e Internacionalización de las Marcas de Moda

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Proporcionar subvenciones para la participación en ferias y showrooms internacionales	Creative Europe, SMP, COSME, EIC Community	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Subvencionar paquetes de viaje y promoción para que marcas de mercados más pequeños puedan asistir a eventos profesionales en mercados más grandes	SMP, ESF+, Creative Europe	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Subvencionar programas de mentoría y networking transfronterizo	SMP, Erasmus+, COSME, EEN	●
LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE	Crear y promover eventos de networking profesional en toda la UE	SMP, Creative Europe, COSME	●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Ofrecer cupones para servicios de consultoría sobre ventas y exportaciones internacionales o acceso a servicios especializados dentro de la UE	SMP, COSME	●●●

## Resultados Esperados

- **Desarrollo e internacionalización de marcas responsables de la UE**
- **Fortalecimiento de la competitividad y la visibilidad de la industria europea de la moda creativa**
- **Mayor capacidad de exportación y preparación para el mercado de las empresas de la UE**

# Promover Prácticas Responsables de Marketing Digital

INICIATIVA LEGISLATIVA O  
REGLAMENTARIA DE LA UE

Proporcionar un marco armonizado en la UE para prácticas de marketing digital

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●

●●●

## Resultados Esperados

- Reducir la confusión sobre el cumplimiento normativo
- Mejorar la confianza del consumidor
- Crear un entorno de publicidad digital justo y responsable

# Concienciación de los Consumidores

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
ACCIONES DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Organizar campañas de concienciación sobre el impacto ambiental y social de la moda		●●●
ACCIONES DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Apoyar la visibilidad de la moda de la UE		●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Organizar talleres públicos y eventos educativos sobre prácticas circulares	LIFE, Erasmus+, Creative Europe	●●

## Resultados Esperados

- Mejores hábitos de consumo
- Disminución del consumo de moda ultrarrápida
- Reducción de residuos textiles
- Una industria de la moda «Hecha en Europa» más fuerte

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA / NORMATIVA NO VINCULANTE	Introducir módulos sobre el impacto de la moda en los programas escolares		●●

Resultados Esperados

- Mayor concienciación desde una etapa temprana, un cambio cultural hacia opciones de moda más responsables y sostenibles



## Proporcionar al Sector Europeo de la Moda Creativa las Herramientas Adecuadas para Promover las Características específicas de sus productos

ACCIÓN DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Puesta en marcha de un proyecto de investigación de la UE destinado a establecer un método para evaluar la durabilidad extrínseca
ACCIÓN DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Puesta en marcha de un proyecto de investigación de la UE destinado a establecer un sistema de etiquetado social en el sector de la moda
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA	Establecer una base de datos fiable y transparente sobre la huella textil de la UE
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA	Crear una etiqueta para la producción dentro de la UE

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●

●●●

●●●

●●●

●●

### Resultados Esperados

- Mayor concienciación del consumidor
- Promoción y fortalecimiento de la moda responsable en la UE
- Reducción del consumo de moda ultrarrápida
- Mayor responsabilidad del sector de la moda

## Incentivar el comportamiento circular a nivel del consumidor

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA	Implementar programas de bonificación por reparaciones		●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Subvencionar servicios de sastrería y costura	ESF+, SMP, LIFE	●
ACCIONES DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Organizar campañas de concienciación para promover prácticas circulares		●●
ACCIONES DE INVESTIGACIÓN, SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN	Educar a los consumidores sobre las tasas de devolución		●

### Resultados Esperados

- Mayor circularidad: reducción de residuos textiles
- Mayor vida útil y durabilidad de los productos

ACCIÓN DE INVESTIGACIÓN,  
SENSIBILIZACIÓN O COMUNICACIÓN

Financiar un estudio económico exhaustivo sobre el  
segmento de la moda creativa

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●

●●

Resultados Esperados

- Mejor comprensión del sector
- Apoyo más específico

Apoyar a las empresas para  
que se beneficien de las  
medidas existentes

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA / NORMATIVA NO VINCULANTE	Centralizar la información de la UE sobre los mecanismos de apoyo		●●●
ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA / NORMATIVA NO VINCULANTE	Establecer una cooperación estratégica entre la European Fashion Alliance (EFA) y los servicios de la UE		●●●
ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA / NORMATIVA NO VINCULANTE	Simplificar y apoyar los procesos de solicitud de financiación y programas de la UE		●●●

Resultados Esperados

- **Mejorar el acceso a los programas de la UE ya existentes**
- **Fortalecimiento de la industria de la moda de la UE**

# Financiación estratégica e incentivos fiscales para la industria de la moda sostenible

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Implementar préstamos a bajo interés y sistemas de garantía de crédito para pequeños y medianos productores de la UE	SMP, InvestEU, ESF+, COSME	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Crear fondos específicos de la UE para apoyar modelos de negocio sostenibles	LIFE, SMP, Horizon Europe	●●
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA	Implementar impuestos y bonificaciones ecomodulados en el marco de la Responsabilidad Ampliada del Productor		●●

## Resultados Esperados

- Fortalecimiento de la industria de la moda sostenible de la UE
- Desarrollo de modelos de negocio sostenibles

## Fortalecimiento de la protección de la propiedad intelectual en el sector de la moda creativa

### LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA PILOTO O PLATAFORMA DE LA UE

Creación de un grupo de trabajo contra la falsificación de moda, con la participación de plataformas de comercio electrónico y en colaboración con la EUIPO (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea)

#### PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

#### PRIORIDAD ●●●

EUIPO

●●

### DIRECCIONES ESTRATÉGICAS / NORMATIVA NO VINCULANTE

Desarrollo de recursos e interfaces específicos para la moda en colaboración con la EUIPO

EUIPO

●●

#### Resultados Esperados

- Abordar los crecientes retos y amenazas de los mercados digitales y la falsificación
- Apoyar a las marcas creativas de la UE en la protección de sus activos esenciales de propiedad intelectual

Garantizar la competencia leal y la coherencia normativa en el Mercado Único

INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA

Fortalecer los mecanismos aduaneros y de vigilancia del mercado para las importaciones de bajo valor

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●

●●

Resultados Esperados

- Mayor competencia entre productores de la UE y de terceros países
- Mayor cumplimiento de las normas de seguridad y sostenibilidad de los productos de la UE
- Reducción de la entrada de productos no conformes o inseguros en el mercado de la UE
- Mayor protección y confianza de los consumidores en el Mercado Único



# Adaptación de las normas de minimis para las pymes creativas del sector de la moda

INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA	Aclarar la elegibilidad de los proyectos relacionados con la moda en virtud de las exenciones culturales del RGEC (Reglamento General de Exención por Categorías)		●●
	Considerar la inclusión del sector creativo en el ámbito de aplicación del artículo 53		●

## Resultados Esperados

- Reconocer la dimensión cultural del sector creativo de la moda
- Ampliar el alcance y la duración del apoyo de la UE a las pymes creativas del sector de la moda

LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA  
O PLATAFORMA PILOTO DE LA UE

Creación de un Centro Europeo de Moda para  
marcas creativas

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

SMP, COSME, Creative Europe, Digital  
Europe Programme

PRIORIDAD ●●●

●●●

Resultados Esperados

- Centralización de las medidas de apoyo de la UE: aumento de la eficiencia
- Mayor impacto mediante un único punto de acceso a nivel de la UE
- Fortalecimiento de la industria de la moda creativa de la UE

# Apoyo a fabricantes y artesanos

## INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE

Proporcionar financiación directa para la digitalización y la visibilidad de fabricantes y artesanos

### PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

### PRIORIDAD ●●●

SMP, Digital Europe, Creative Europe



## LANZAMIENTO DE UN PROGRAMA PILOTO O PLATAFORMA DE LA UE

Crear una plataforma para mostrar el saber hacer artesanal europeo

Creative Europe, SMP, Digital Europe



### Resultados Esperados

- Fortalecimiento de la industria creativa de la moda de la UE
- Mejora de la producción en Europa
- Preservación de conocimientos y técnicas tradicionales

# Facilitar el acceso a pequeños volúmenes de materiales a productores

		PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)	PRIORIDAD ●●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Ofrecer subvenciones para la adquisición de materiales sostenibles en lotes pequeños	SMP, LIFE, COSME	●●
INTEGRACIÓN EN PROGRAMAS EXISTENTES DE LA UE	Ofrecer incentivos financieros a los proveedores para que reduzcan los pedidos mínimos y ofrezcan líneas de productos de marcas pequeñas	SMP, LIFE, COSME	●●

## Resultados Esperados

- Desarrollo de modelos de negocio sostenibles
- Fortalecimiento de las pymes de la UE

# Fomentar el abastecimiento responsable dentro y fuera de Europa

INICIATIVA LEGISLATIVA O REGULADORA

Introducir exenciones fiscales para los agricultores de la UE que produzcan fibras de bajo impacto

PROGRAMA LA UE (INDICATIVO)

PRIORIDAD ●●●



ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA / NORMATIVA NO VINCULANTE

Promover colaboraciones con proveedores responsables de terceros países, respaldados por la UE



## Resultados esperados

- Mayor uso de materiales sostenibles en productos de moda
- Mayor producción responsable
- Mayor trazabilidad

# APÉNDICE

## Miembros Participantes

Asociación Creadores de Moda de España  
Austrian Fashion Association  
Bulgarian Fashion Association  
Camera Nazionale della Moda Italiana  
Council of Irish Fashion Designers  
Czech Fashion Council  
Estonian Academy of Arts  
Fashion Council Germany  
Fédération de la Haute Couture et de la Mode  
Finnish Textiles & Fashion  
Flanders DC  
Icelandic Fashion Council  
ModaLisboa  
Slovak Fashion Council  
State of Fashion  
Wallonie Bruxelles Design Mode

# AVISO LEGAL

Noviembre de 2025

Todos los datos de las tablas y gráficos son propiedad intelectual de la European Fashion Alliance.

Este informe está publicado exclusivamente por la European Fashion Alliance y no puede publicarse ni redistribuirse sin su autorización previa por escrito. Los modelos y resultados que se presentan aquí se basan en los resultados de la encuesta, así como en las entrevistas con expertos del sector en los que la European Fashion Alliance se basó para la elaboración del informe y las previsiones. Cualquier revisión o actualización posterior de estos datos afectará a las evaluaciones y previsiones presentadas.

Si tiene alguna pregunta, póngase en contacto con:

European Fashion Alliance e.V.  
Meinekestr. 12  
10719 Berlín | Alemania  
[info@europeanfashionalliance.org](mailto:info@europeanfashionalliance.org) [www.europeanfashionalliance.org](http://www.europeanfashionalliance.org)

Responsable del estudio y del informe:

Salomé Roch  
[salome.roch@gmail.com](mailto:salome.roch@gmail.com)



