

IMAGAZINEI  
preziosa

NOV  
21

2013

## Milano Fashion Global Summit

### Milano Fashion Global Summit, Morante (Pomellato): "Necessario puntare sull'e-commerce"

ACCESSORI / ECONOMIA / GIOIELLI / TRADE pubblicato da CHIARA DI MARTINO / 0 commenti

Le possibili evoluzioni del lusso del biennio 2014-2015 illustrate all'evento organizzato da Class Editori con la Camera Nazionale della Moda Italiana



**“Golden Age, Golden Bridges, i link per avanzare: Touch, Taste & Travel”**: gli scenari del lusso sono stati l'oggetto del **Milano Fashion Global Summit**, l'iniziativa organizzata da **Class Editori** in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, **The Wall Street Journal Europe** e **Bank of America-Merrill Lynch**. Ospiti illustri, testimoni di brand e grandi imprese, hanno indicato le **direttrici del lusso del prossimo biennio che si muovono verso tecnologia, viaggi e gusto**.

Un momento di **incontro tra il mondo della creazione, dell'industria, della distribuzione e della finanza**: così è stato concepito ancora una volta il **Milano Fashion Global Summit**, la cui prima edizione risale al 2002. **L'iniziativa riunisce i più importanti esponenti del settore e altre eminenti personalità da tutto il mondo per discutere e analizzare le nuove opportunità e sfide che il settore della moda e dei luxury goods affrontano in un mercato in continua trasformazione.**

Ad aprire i lavori, **Mario Boselli, presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana**, che ha sottolineato ancora una volta la necessità di puntare sull'**export**: a seguire un'analisi economica relativa allo scenario macroeconomico e le dinamiche del settore nel 2014 curata da **Federico Aliboni** (presidente della divisione Global Consumer and Retail Investment Banking, Bank of America Merrill Lynch). *“Nel settore moda e lusso i tassi di crescita restano interessanti – ha detto Aliboni -. Stiamo assistendo a un certo rallentamento a livello mondiale ma stiamo sempre parlando di tassi molto elevati, anche se è difficile rivedere quelli che sono stati gli anni d'oro della crescita come negli ultimi quattro cinque anni”*.

Forte anche quest'anno il legame con la **Cina**: nell'intervento di **Diego Della Vale, il patron di Tod's, un focus sull'Italian Touch in Estremo Oriente e nel mondo**. *“L'anno 2013 sarà buono e i successivi saranno anche migliori – ha detto alla platea -: siamo in Borsa da qualche anno e i dati li interpreto senza isteria, guardo direttamente all'obiettivo totalmente industriale. Noi abbiamo sempre accontentato al meglio gli investitori, poi ogni tanto la Borsa 'gioca', ma la nostra trimestrale è stata buona”*.

Il **Milano Fashion Global Summit** quest'anno ha incentrato la propria attenzione sulle **tre T (Touch, Taste & Travel)**: la contaminazione tra questi comparti è stata oggetto degli interventi, tra gli altri, di **Gianluca Brozzetti**, Amministratore Delegato del **Gruppo Roberto Cavalli**, di **Cristina Tajani**, Assessore alle Politiche del lavoro, Sviluppo economico, Università e ricerca del Comune di Milano, **Guglielmo Miani, Presidente e amministratore di Larusmiani** e **Claudio Marenzi, Presidente del Sistema Moda Italia**.

*“Quest'anno, nonostante le varie difficoltà del contesto macro, il lusso crescerà del 6% a 217 miliardi di euro – ha ricordato **Andrea Illy, presidente di Altagamma e Chairman e Ceo di Illycaffé** -. L'alta gamma italiana è co-leader insieme ai francesi sul mercato del lusso, con un 25% a testa circa. Gli italiani hanno più settori e sono più specializzati nella manifattura, mentre i francesi nel retail. Questo fa sì che si macinino record su record. Altagamma ha festeggiato 20 anni l'anno scorso, rappresenta un'ottantina di imprese nei settori di eccellenza italiana. La sua forza è, oltre alla polarizzazione sull'eccellenza, la trasversalità tra settori. Sono la cooperazione e la collaborazione a tutto campo che creano il vantaggio competitivo”*. Altagamma ha recentemente presentato il periodico **Osservatorio**, con cui ha lanciato l'idea di un **brand per Milano quale vetrina della produzione creativa nazionale**.

*"Il settore aggregato del lusso è arrivato in ritardo sull'uso del commercio online – ha affermato **Andrea Morante, amministratore delegato di Pomellato** -, perché essendo un settore che genera comunque guadagni, non ha sentito il bisogno di concentrarsi sulle opportunità offerte da questa evoluzione del commercio. **Tuttavia oggi non si tratta più di una opportunità ma di una necessità, sono sempre di più i consumatori che fanno le scelte di acquisto online.** Oggi non è più sufficiente avere un ruolo rilevante nel settore del lusso, ma riuscire a individuare il **modello giusto** per avere successo anche in futuro, mantenendo il passo con la rapida evoluzione della tecnologia. Per questo molte società produttrici di beni di lusso si stanno trasferendo nella **Sylicon Valley, cuore pulsante dell'innovazione tecnologica**".*

Interessante anche il contributo di **Stefano Sassi, amministratore delegato di Valentino Fashion Group**, che ha presentato i dati economici frutto dell'espansione del brand in altri settori. *"Nel 2013 Valentino registrerà un fatturato in crescita del 25% sull'anno precedente – ha spiegato l'Ad della maison -. Il gruppo punta a concentrarsi sul core business perché ci sono prospettive di crescita".*

Tra gli altri interventi, quello di **Luca Cordero di Montezemolo, Amministratore Delegato di Ferrari S.p.A.**, in collegamento da Maranello. *"E' importante focalizzare l'attenzione su alcuni temi fondamentali come il **turismo** che nel nostro paese oggi è troppo trascurato – ha detto -. Deve diventare una priorità del paese attraverso un grande progetto sul turismo, che vuol dire investire in tante direzioni, prima su tutte la formazione".* In prima linea anche **Frida Giannini, direttore creativo di Gucci, Lavinia Biagiotti Cigna, Vice Presidente del Biagiotti Group, Massimo Carraro, Presidente & amministratore delegato del Gruppo Morellato**; in collegamento telefonico **Brunello Cucinelli**, presidente e ad dell'omonima società, con un contributo dal titolo *"L'importanza dell'artigianalità in ogni dettaglio del Made in Italy: dalla moda al cibo, all'accoglienza".*