



Italia-Mondo » Economia

Per le filiere del lusso nuove opportunità di crescita da flessibilità e digitalizzazione



sandra riccio

21 OTTOBRE 2019



«E' un momento positivo per la Supply chain italiana. Quasi tutte le filiere risultano in crescita e alcune di queste mostrano numeri molto interessanti, superiori all'incremento del Pil del Paese». E' quanto affermato oggi a Milano, durante il Milano Fashion Global Summit 2019, da Flavio Sciuccati, Senior Partner, The European House - Ambrosetti durante l'incontro dal titolo « Supply chain - L'eccellenza italiana e le strategie dei grandi gruppi del lusso». Dai dati emerge un incremento del fatturato del 5,5% per il tessile, del 5,4% per l'abbigliamento, del 4,3% per le calzature del 2,5% per la maglieria, dell'1,9% per la conceria e di picchi del 13,4% per i componenti metallici e del 12,3% per la pelletteria.

La tenuta e crescita delle filiere è legata soprattutto alla caratteristica italiana di essere «il laboratorio di sviluppo del fashion» per la varietà di aziende, specializzazioni e competenze presenti nel territorio e per il valore segnaletico intrinseco di qualità del «Made in Italy». I brand digital first soprattutto esteri trovano nella piattaforma italiana capacità di sviluppo e legittimazione.

Parallelamente però l'aumento di complessità e la sempre maggiore attenzione ai costi stanno mettendo sotto pressione la profittabilità delle filiere: tutte le maggiori filiere hanno visto, a livello aggregato, la profittabilità assottigliarsi. È il risultato di una crescente complessità gestionale alla quale molte aziende - spesso di piccole dimensioni - non sono preparate.

Strategia e innovazione

Secondo l'analisi presentata da The European House - Ambrosetti quello attuale è un momento di opportunità per le filiere del Sistema Moda a patto sappiano leggere lo scenario e lavorare per progettare le loro imprese nel futuro. Sette sono le



Aste Giudiziarie



Appartamenti Pavia di Udine V. Bellini n. 27 - 45150



San Giorgio di Nogaro via Marittima - 26000

Vendite giudiziarie - Messaggero Veneto Tribunale di Udine

Necrologie

Ettore Taddio

Udine, 19 ottobre 2019



Luigia Nascig

San Giovanni al natisone, 20 ottobre 2019



Maria Bucovaz

Tavagnacco, 20 ottobre 2019



Gianni Zuliani

Godia, 21 ottobre 2019



Lina Zamparo

San Giovanni al Natisone, 21 ottobre 2019



Cerca fra le necrologie

PUBBLICA UN NECROLOGIO

raccomandazioni proposte per mantenere e accelerare le opportunità di crescita. Vanno dalla necessità di adattare i processi interni a velocità crescente e piccoli lotti. In sintesi: «Reattività e Flessibilità». Fino al bisogno di aumentare il focus sull'innovazione e sulla digitalizzazione dei processi (anche con l'introducendo di algoritmi di soluzioni di machine learning e di artificial intelligence), fino al pianificare l'evoluzione delle competenze, all'essere sempre pronti a interagire con player «fuori settore» sia come clienti che come partner in progetti di ricerca. E' inoltre importante avere una quota di Progetti Disruptive. Infine conta avere consapevolezza dell'evoluzione della regolamentazione globale in materia di sostenibilità e l'imparare a valorizzare la propria azienda attraverso lo storytelling & il value chain marketing.

Le previsioni

Negli ultimi 10 anni il settore Fashion & Lusso ha visto cambiare il focus del business: dalla centralità del prodotto alla centralità dell'esperienza del consumatore: questo ha obbligato a ripensare il modello di business, la struttura dell'offerta e le politiche di canale e soprattutto le modalità e la frequenza di interazione con il consumatore.

Nuovi cambiamenti sono in arrivo. Secondo i dati, il consumatore target – giovane, iper-connesso e per la maggioranza asiatico – si aspetta di essere costantemente stimolato dal brand sia con prodotti nuovi che con esperienze sorprendenti che rappresentano il brand e i valori di quel brand con cui il consumatore si identifica. Questo è il consumatore che sta trainando le vendite del settore a cui è ascrivibile il 130% della crescita stimata entro il 2025 (80 miliardi di euro in più).

Annunci

CASE MOTORI LAVORO ASTE



Ville, villette, terratetti
Battisti 25 Via Caneva (PN) 140 mq Ristrutturato n. bagni 2 0 piano cucina: Cucinotto Posto auto Occasione per amanti del genere privato vende casa di testa in centro storico a Stevenà zona A favolosa. . .

CERCA UNA CASA
 Vendita Affitto Asta Giudiziarla

Provincia
Gorizia

Cerca

PUBBLICA IL TUO ANNUNCIO



Redazione | Scriveteci | Rss/XML | Pubblicità | Privacy

GEDI NEWS NETWORK

Via Ernesto Lugaro n. 15 - 00126 Torino - P.I. 01578251009 - Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.

I diritti delle immagini e dei testi sono riservati. È espressamente vietata la loro riproduzione con qualsiasi mezzo e l'adattamento totale o parziale.

LINK: https://www.ilmessaggero.it/moda/news/come_sapere_se_una_borsa_e_firmata-4811544.html

MENU  CERCA

Il Messaggero.it

  ACCEDI **ABBONATI**

MODA

Lunedì 21 Ottobre - agg. 15:44

Quella borsa sarà davvero firmata? Nasce la piattaforma per certificare l'autenticità del lusso

MODA > NEWS

Lunedì 21 Ottobre 2019



Nasce la piattaforma tecnologica «Virgo» per certificare l'autenticità dei beni di lusso. Realizzata con il contributo di Temera, PwC, Luxochain e Var Group, la piattaforma è stata presentata oggi in occasione del Milano Fashion Global Summit. Virgo è «la prima soluzione integrata, sicura e trasparente -

spiega una nota - per tracciare la catena di valore e certificare l'autenticità dei beni di lusso, dalla fase di acquisizione delle materie prime, alla produzione e vendita del bene, sino ai passaggi di proprietà sul second-hand market». I



APPROFONDIMENTI



IL REPORT

Da Gucci a Balenciaga ecco quali sono i capi (usati) più...

[Da Gucci a Balenciaga ecco quali sono i capi \(usati\) più desiderati online](#)

In pratica, consentirà di autocertificare ogni singolo lotto da parte dei produttori, utilizzando diverse tecnologie, dall'IoT alla Blockchain, permettendo a brand e clienti di monitorare l'intero ciclo di vita del prodotto. I consumatori potranno non solo conoscere la provenienza dei capi, ma anche avere informazioni sulla materia prima utilizzata, sulla sostenibilità etica del lavoro e sull'impatto ambientale e sociale.

A fronte di sistemi di certificazione che ad oggi «sono inadeguati», secondo il Ceo di Temera, leader nel mercato delle soluzioni IoT nella industry del lusso, Arcangelo D'Onofrio, Virgo «è in grado di aumentare la fiducia del consumatore verso il brand, mettendo in chiaro tutti gli elementi di valore, nel rispetto dei principi di trasparenza, sostenibilità etica e ambientale, benessere animale e qualità di materie prime e lavorazioni.» L'obiettivo è quello di creare una sorta di «impronte digitali» per ogni prodotto, spiega Davide Baldi, Ceo di Luxochain, società svizzera che fornisce servizi basati su blockchain alle aziende del lusso e della moda. «Con il nostro sistema, disponibile per ios e Android, qualsiasi acquirente, può verificare prima, con il proprio smartphone, l'autenticità di ogni prodotto on-line, nel negozio fisico, o nel crescente second-hand market, e ricevere il corrispettivo certificato di autenticità e proprietà, registrato in blockchain, al momento dell'acquisto».

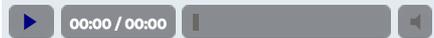
© RIPRODUZIONE RISERVATA

PLAY

LE VOCI DEL MESSAGGERO

Autobus a Roma, le trovate degli utenti per sopravvivere ai disagi

di Pietro Piovani



Che Tempo che fa, Luciana Littizzetto versione Uma Thurman balla con John Travolta



La famiglia Addams, Pino Insegno e Virginia Raffaele: «I mostri esistono e i social amplificano tutto»



Cile caos, 10 morti nelle proteste: manifestanti attaccano e incendiano l'anagrafe a Lo Espejo



Serie A, la domenica: l'Inter soffre ma batte il Sassuolo, delusione Roma a Genova

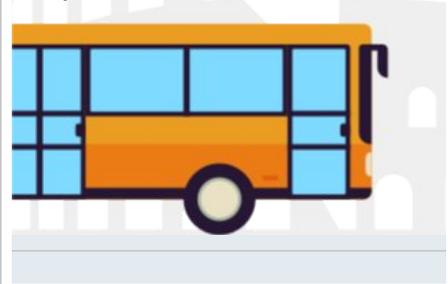
SMART CITY ROMA



STATISTICHE TEMPI DI ATTESA ALLA FERMATA

08 min 05 sec

Tempo di attesa medio



MODA



Maker Faire 2019, la felpa che semplifica la vita e aumenta l'autostima