

LINK: <https://gazzettadimodena.gelocal.it/italia-mondo/economia/2019/10/21/news/per-le-filiere-del-lusso-nuove-opportunita-di-crescita-da-flessibi...>

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

f t METEO: +25°C

AGGIORNATO ALLE 12:55 - 21 OTTOBRE

ACCEDI | ISCRIVITI

GAZZETTA DI MODENA

Noi EVENTI NEWSLETTER LEGGI IL QUOTIDIANO SCOPRI DI PIÙ

Modena Carpi Mirandola Sassuolo Maranello Formigine Vignola Pavullo **Tutti i comuni** Cerca

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.

Aste Giudiziarie



Via Della Chimica n.42 - 395200



Appartamenti Via Don Luigi Orione n.2 - 51000

Istituto Vendite Giudiziarie di Modena

Necrologie

Fabrizio Pedrazzi

Modena, 21 ottobre 2019



Bertuzzi Giordano

Modena, 20 ottobre 2019



Giuseppe De Grisantis

Modena, 19 ottobre 2019



Bertuzzi Giordano

Modena, 18 ottobre 2019



Fiore De Soricellis

Carpi (Modena), 18 ottobre 2019



Cerca fra le necrologie

PUBBLICA UN NECROLOGIO

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 proiettare le loro imprese nel futuro. Sette sono le 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



Box, Garage

Vendita VENDESI PREZZO AFFARE
AUTORIMESSA PIANO RIALZATO NO RISCHIO
ALLAGAMENTO. PER GARAGE O FARCHI
POLIAMBULATORIO. A 500 M DAL CENTRO
STORICO. CON AREA CORTILIVA CON POSTI
AUTO. TUTTO AUTOMATIZZATO E VIDEO.

CERCA UNA CASA

Vendita Affitto Asta Giudiziarla

Provincia

Modena

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.