



MAGAZINE - FINE LIVING PEOPLE

Cerca...



FASHION / LUXURY / LEISURE / DESIGN OF DESIRE / TRAVEL / SOCIETY / TRENDS
/ EVENTI

TRENDS



Trends - 20/11/2018

Dagli artigiani alle tech company, come cambia il made in Italy

David Pambianco, Ceo di Pambianco Strategie d'Impresa, ha raccontato la ricerca "Dalla Manifattura allo Store del futuro" presentata presso la sede milanese di Accademia del Lusso, Scuola di Alta Formazione a Milano.

La rivoluzione digitale e l'impatto sull'ambiente di lavoro e sulle imprese è stato un modo per far luce su come cambia la vocazione artigiana delle imprese made in Italy che si avvicinano sempre più alle tech company.

"Every company is a tech company" diceva nel 2013 Peter Sondergaard, executive vice president research & advisory della società di ricerca americana GARTNER. E questo vale anche oggi: ogni azienda, in qualsiasi settore essa operi, è oggi un'azienda in cui la tecnologia ha un impatto talmente importante da renderla una azienda "digitale".

Questo concetto rappresenta al meglio lo scenario in cui operano oggi le aziende della moda e del lusso.

Digital Revolution vuol dire mezzi che hanno reso concretamente possibile il contatto diretto tra brand

e consumatore e, dice Pambianco, i Millennials, quelli che hanno tra i 21 e i 37 anni oggi, sono gli attori della rivoluzione.

Rappresenteranno il 40% del mercato nei prossimi 5/7 anni.

Le loro caratteristiche? Si comportano ugualmente in tutto il mondo.



GESTIONE DEL BRAND E COMUNICAZIONE – La tecnologia ha creato per le aziende una grandissima varietà di nuovi strumenti per comunicare direttamente con i consumatori. Le aziende oggi possono e devono: produrre contenuti, interagire

attraverso social con la propria community, e utilizzare/collaborare con gli influencers (cantanti, attori, blogger, super models). Ci sono 3,4 miliardi di smart phone connessi al mondo e il 90% dei fashion brand è ormai presente con un profilo sui principali social network. Tutto ciò si traduce che l'investimento medio delle aziende in comunicazione sia pari al 3/5% del fatturato e il mix sia cambiato dal 2012 al 2016 con un decremento della stampa e un aumento delle campagne social e del display advertising.

La velocità è diventata una variabile chiave: i tempi della comunicazione non sono più dettati dalle collezioni poiché i contenuti (Instagram, Facebook, ecommerce) vengono aggiornati con frequenza quotidiana.

Dalla ricerca raccontata da Pambianco emerge come dal 2010 al 2016 sia cresciuta la percentuale del fatturato retail delle aziende e di conseguenza l'apertura dei negozi diretti e oggi le grandi aziende sviluppano oltre l'80% del fatturato attraverso il canale retail. Il focus delle aziende viene messo sull'ottimizzazione dello store network, l'aumento del traffico, la riduzione della superficie media e l'incremento della resa al mq.

Dal 2013 al 2016 i principali player mondiali hanno registrato crescite medi e annue a doppia cifra. Ecco perché sono nati i digital native vertical brand (marchi nati utilizzando il canale digitale), i department store e i multibrand che sono diventati e-tailer, Neiman Marcus e Nordstrom realizzano il 30% circa

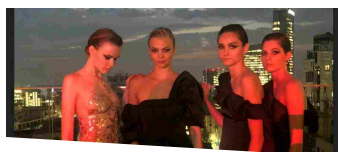
online mentre in Italia il multimarca Luisaviaroma vende oltre il 95% online.

Ma è soprattutto la vicinanza al consumatore a distanziare le aziende di moda oggi da quello che avveniva qualche tempo fa. Il 62% può dichiarare di conoscere bene il proprio pubblico.

Condividi questo articolo:

- Twitter
- Facebook
-

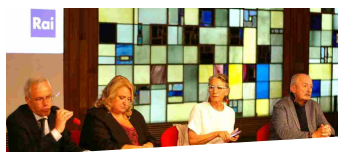
ESSENTIALS



FASHION - 17/10/2018

La collezione Motivi di Francesco Scognamiglio tra i grattacieli di Milano

Francesco Scognamiglio ormai è abituato a rendere più popolare la couture e il mondo dell'eleganza [...]



SOCIETY - 27/09/2018

Prix Italia 70: a Capri informazione e spettacolo

Sono cinque giorni intensi quelli che sta vivendo l'isola di Capri per il Prix Italia 70: 1948-2018 [...]



LEISURE - 15/03/2016

Dubai Art Week, l'arte contemporanea s'incontra nel Medio Oriente

A Dubai, fino al 19 marzo, va in scena la decima edizione di Art Week. Artisti internazionali contem [...]

The Way Magazine

Tweet di @TheWay_Mag

AUTORI

