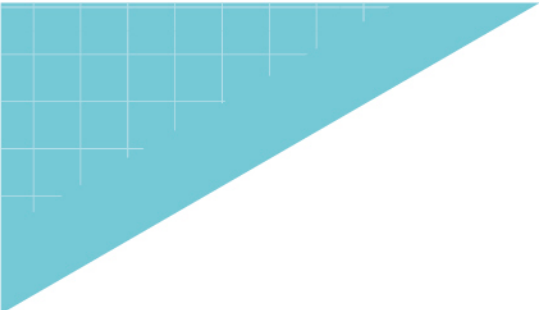




## 2. TRASFORMAZIONI DELLA FILIERA

UN BALZO IN AVANTI DI 30 ANNI

# UNA NUOVA ECONOMIA DELLA MODA, lo sforzo di PENSARE differente



IL TEMPO NELLA MODA

# IL TEMPO NELLA MODA CONTA PIÙ CHE IN ALTRI SETTORI



## DUE STRATEGIE OPPOSITE NELLA MODA

### ARRIVARE PRIMA

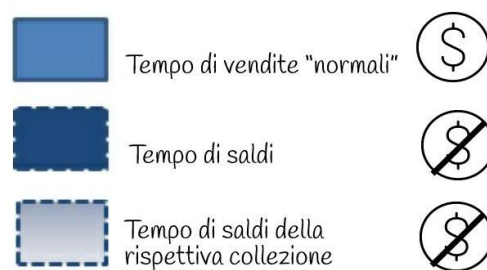
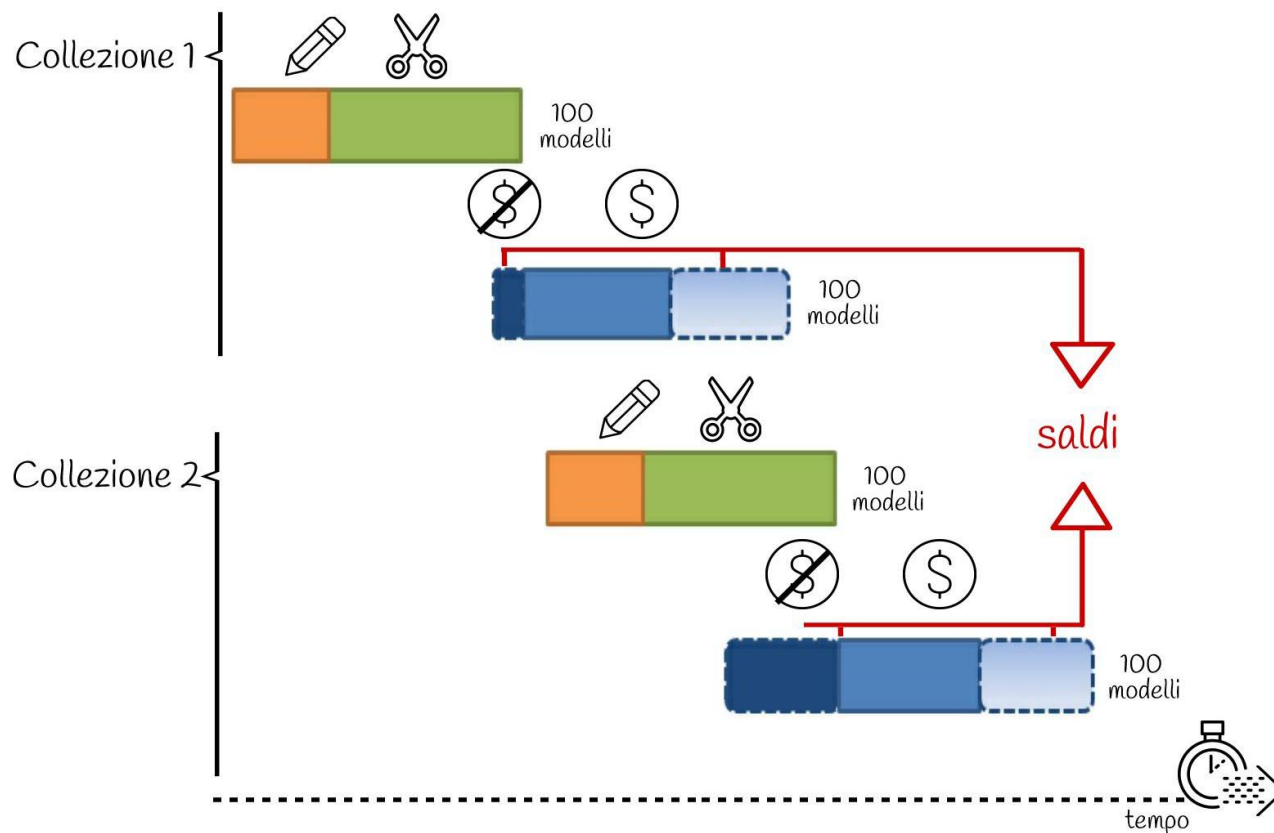
le precollezioni e l'anticipazione delle tempistiche

### ARRIVARE GIUSTI

il fast fashion e le sfilate *see now buy now*

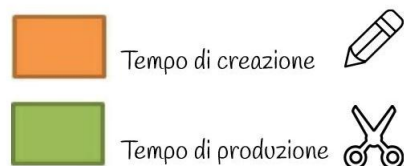
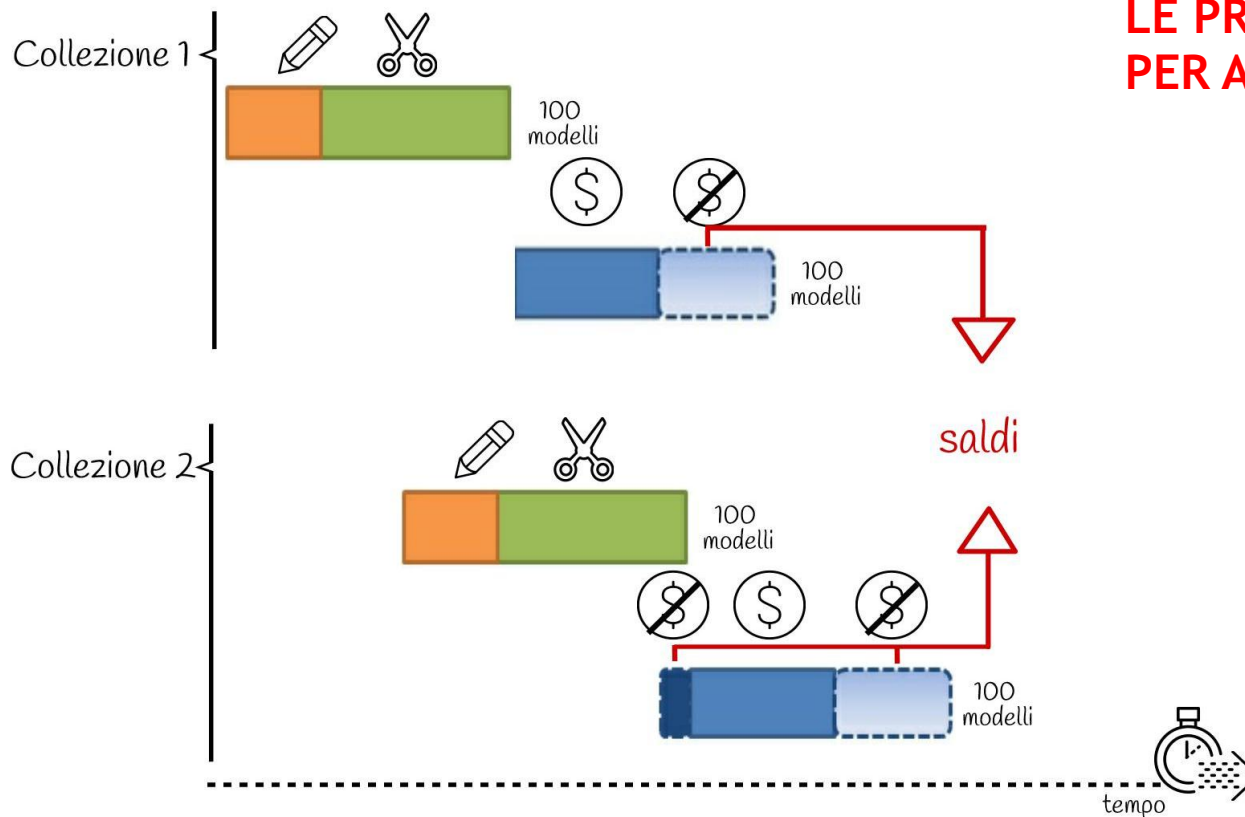


# DUE STRATEGIE OPPOSITE RISPETTO AL TEMPO

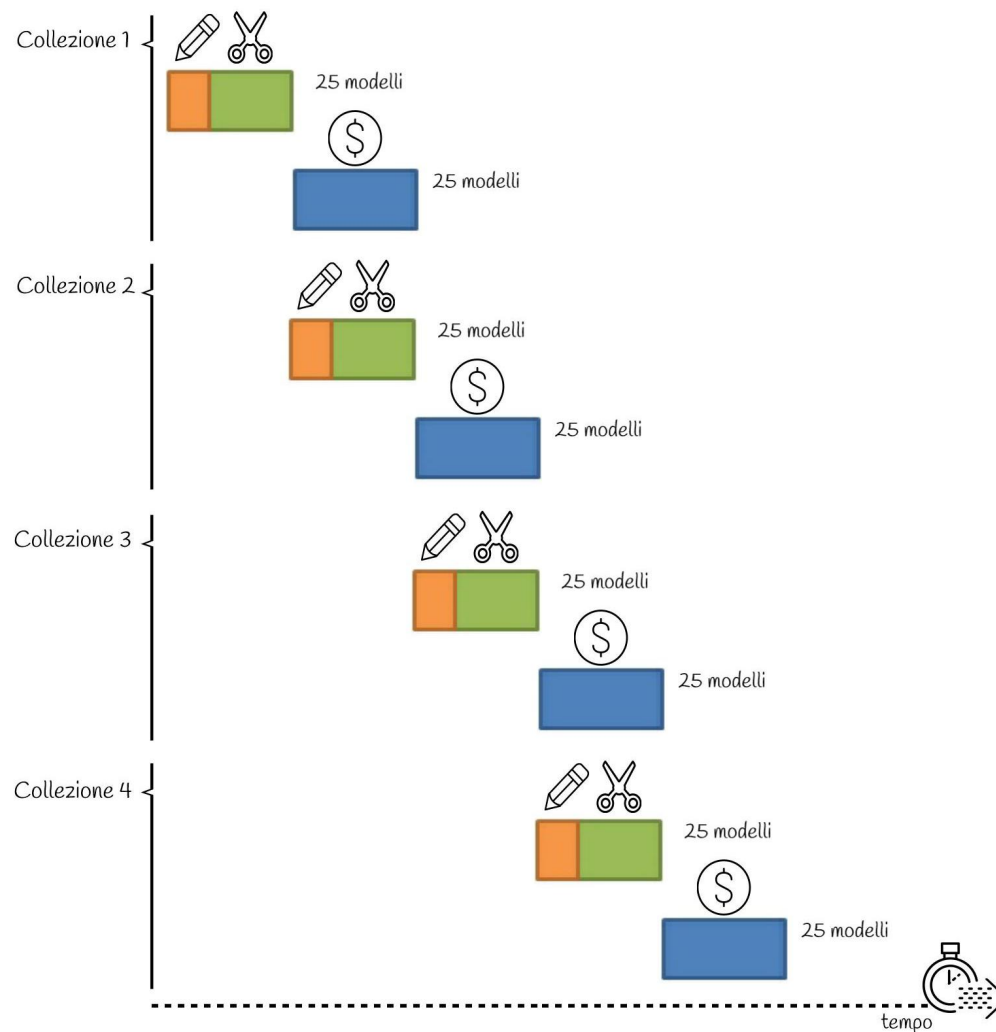


# DUE STRATEGIE OPPOSITE RISPETTO AL RISCHIO

**LE PRECOLLEZIONI  
PER ARRIVARE PRIMA**



## DUE STRATEGIE OPPOSITE RISPETTO AL TEMPO



**IL FAST FASHION  
PER ARRIVARE GIUSTI**

IL TEMPO NELLA MODA

**IL QUANTO tempo**  
dall'idea al prodotto

**IL QUANDO**  
per il momento del mercato

**IL COME**  
un tempo (INPUT) per ciascuna fase



IL RISCHIO NELLA MODA

# **PARTECIPARE AL MERCATO È PIÙ RISCHIOSO**



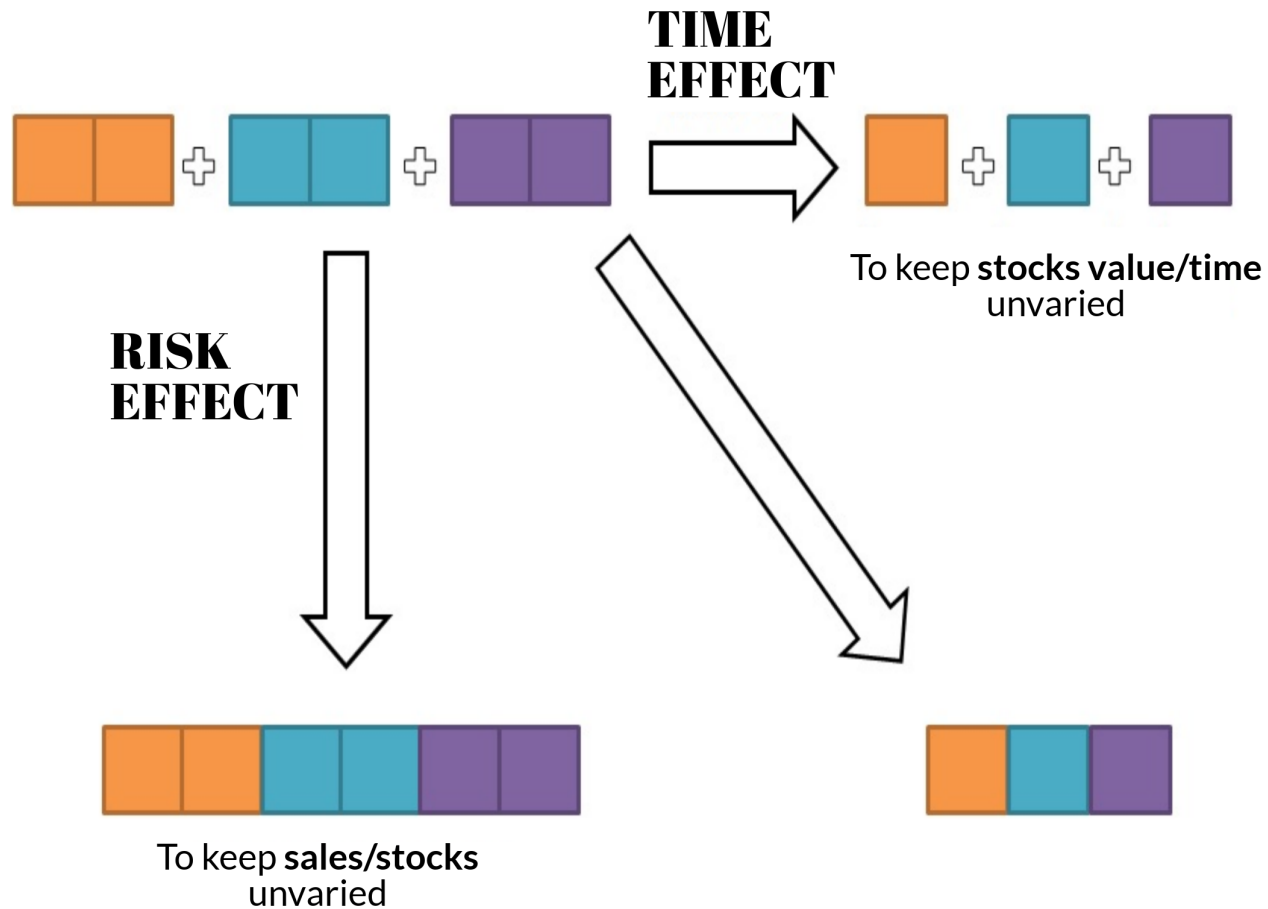
IL RISCHIO NELLA MODA

THE “RIGHT” IS THE NEW BLACK

Do the  
**RIGHT  
THING.**



# IL RISCHIO NELLA MODA



IL RISCHIO NELLA MODA

## 3D E FABBRICA 4.0

si vende poi si produce

## AGILITÀ

non solo velocità

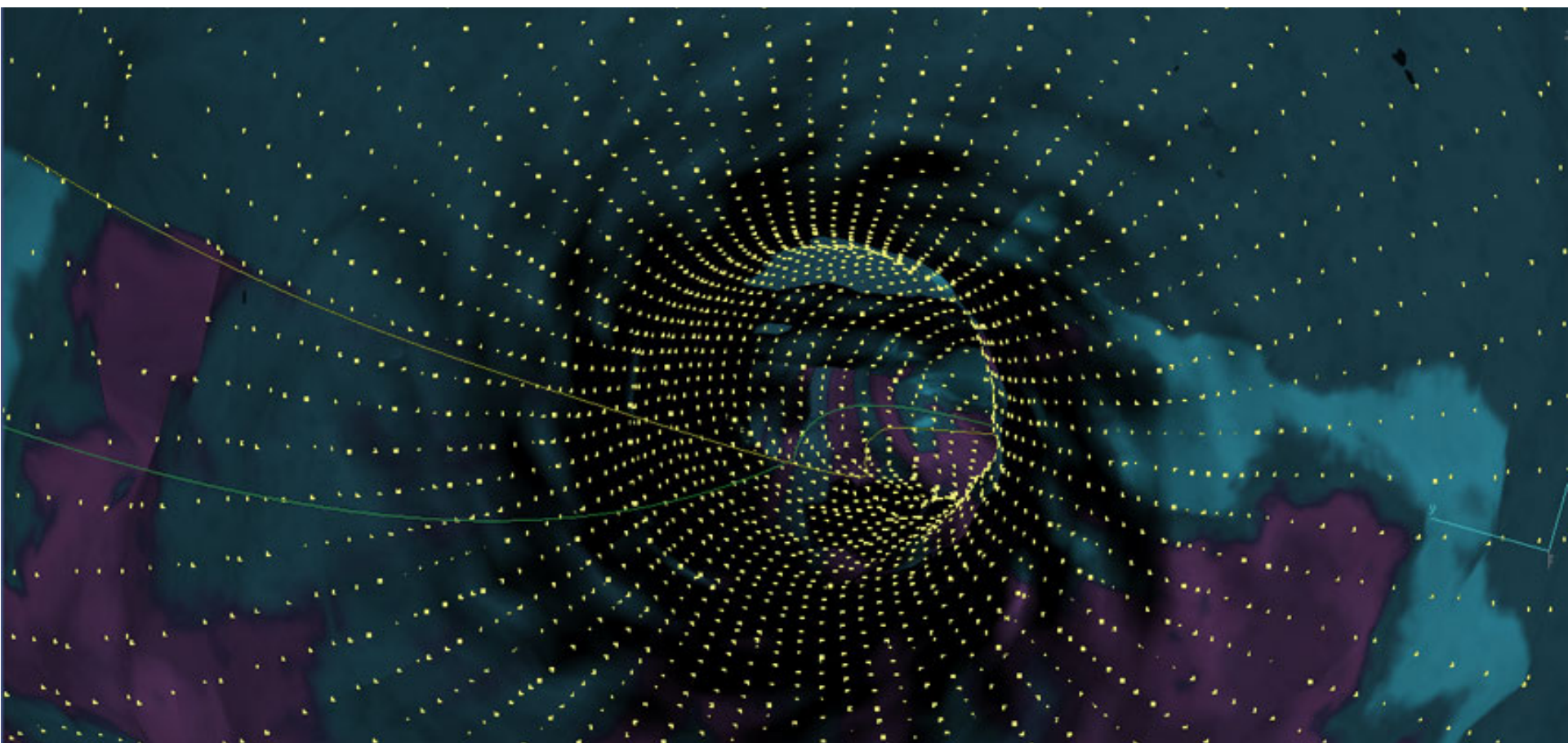
## I BIG DATA

come risposta al rischio



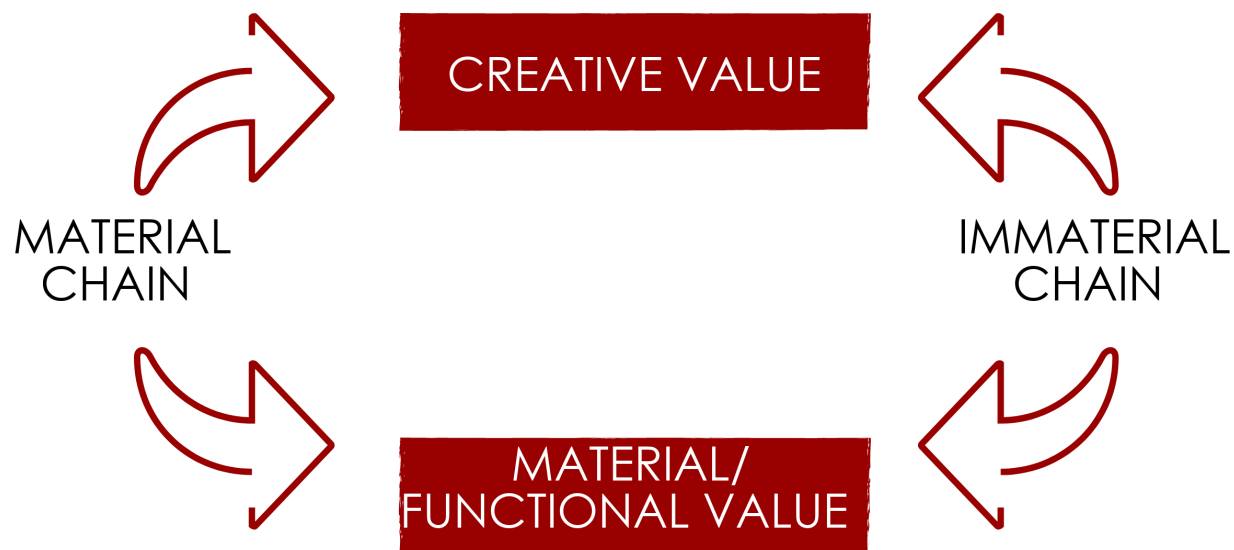
I COSTI

## L' IMMATERIALE COSTA ...



I COSTI

# ..... E NON PUÒ ESSERE SEPARATO DAL MATERIALE



## I COSTI

# L'IMPRESA DELLA MODA HA NUOVE TIPOLOGIE DI COSTI:

1.Costi FISSI vs. VARIABILI

2.Costi DIRETTI vs. INDIRETTI (negozi show room)

3.Costi VISIBILI vs. INVISIBILI (divisioni retail digitali e brick&mortar)



I COSTI

# BUSINESS PER GIGANTI

e per nani

**NON C'È POTERE**  
senza controllo



**MODELLI DI BUSINESS**  
cambiano e contano di più

**IL TEMPO**

**IL RISCHIO**

**I COSTI**

**... E LA FILIERA PELLE ?**

