

**ONLINE SU MFFASHION.COM
LE GALLERY FOTOGRAFICHE
DELLE COLLEZIONI S-S 2020**

MF

f a s h i o n



I VINCITORI E LA GIURIA DELLA PRIMA EDIZIONE DEGLI MF SUPPLY CHAIN AWARDS

La supply chain protagonista ai MFGS 2019

La 18ª edizione del Milano Fashion Global Summit raddoppia e debutta nel segno della filiera. Raccontando un sistema moda in equilibrio tra big data e artigianato. Mentre i primi MF Supply Chain Awards premiano i grandi protagonisti del settore

«**Q**uello della supply chain è un discorso estremamente interessante e che deve essere approfondito, così come faremo in questa occasione». Questo è stato il saluto di Gabriele Capolino, direttore ed editore associato di *MF-Milano Finanza*, in apertura della prima giornata di lavori della 18ª edizione del MFGS-Milano Fashion Global Summit 2019, evento organizzato da Class Editori assieme a BofA-Bank of America Merrill Lynch, con il supporto di *The Wall street journal* e il patrocinio del Comune di Milano, avvalendosi della partnership

istituzionale con Cnmi-Camera nazionale della moda italiana. Appuntamento, ospitato dagli Ibm studios di Milano, che quest'anno ha raddoppiato le giornate di lavori e che oggi accenderà i riflettori su tecnologia e next generations. Nel corso della prima giornata gli occhi sono stati puntati sulla filiera del Made in Italy, una supply chain fatta di piccole e medie aziende di eccellenza che producono bottoni, ricami, tessuti, scarpe e accessori per tutti i grandi brand internazionali e che hanno attratto i colossi del lusso come Lvmh, Kering e Chanel, oltre naturalmente i big italiani come Prada, Ermengildo

Zegna e Giorgio Armani. A raccontarne attualità e prospettive sono stati, nell'ordine, Flavio Sciuccati, senior partner di The European house-Ambrosetti, che ha spiegato le strategie dei brand e la supply chain italiana, Daniele Arioldi, presidente e ceo di I cotoni di Albin, e Franco Mantero, ceo di Mantero seta, che si sono confrontati sulla leadership dei tessuti italiani. Così come Fulvia Bacchi general manager di Unic e ceo di Lineapelle, e Paola Gabriella Volponi, ceo di Fap Italia, hanno trattato l'eccellenza pellettiera. Mentre Alberto Cavalli,

continua a pag. 11

Analisi

Il Made in Italy guida la rivoluzione fashion

Come evidenziato da Flavio Sciuccati, senior partner di The European House-Ambrosetti, i consumatori sono sempre più interessati a risalire alla storia di un prodotto. **Fabio Gibellino**

Apartire dagli anni duemila, quelli del dogma retail, «il mondo della moda è stato attraverso da una rivoluzione ogni cinque anni, e più recentemente ogni tre». A dirlo, sul palcoscenico della prima giornata del **MFGS-Milano Fashion Global Summit 2019**, è stato **Flavio Sciuccati**, senior partner di **The European House-Ambrosetti**, illustrando «Le strategie dei brand e la supply chain italiana». Un lavoro che fissa i parametri del nuovo corso, quello post-omnichannel, guardando a un futuro che, entro il 2025, prevede una crescita del mercato dei luxury goods di circa 80 miliardi di euro, solo il 20% dei quali provenienti dai consumatori occidentali, e che ha per protagonisti gli under 25,



Flavio Sciuccati

con un balzo degli acquisti stimato al 130%. Il tutto tenendo conto della cambiamento di priorità degli appassionati di moda che negli ultimi dieci anni ha spostato il proprio focus dal prodotto fine a sé stesso all'esperienza. Basta guardare a iniziative come quelle di **Ermenegildo Zegna**, con la sua Oasi, e di **Gucci** con i murali. «Perché la supply chain è composta anche di componenti intangibili», ha continuato Sciuccati. Da qui la Global fashion unit di The European House-Ambrosetti, nel 2016 ha dato vita al Think Tank Fashion supply chain design coinvolgendo 50 executive manager di aziende e brand leader nel settore Fashion & luxury. Il risultato è che oggi i temi di prevalente discussione sono: globalization,

e ruolo dell'Italia e dell'Europa, responsiveness, innovation, transparency & sustainability, economics. Aspetti che all'atto pratico si traducono nell'affrontare, guardando ai consumatori, alla crescente intensità dei progetti speciali, all'aumento della frequenza delle uscite e all'imprevedibilità dei volumi. Ma non solo, perché il panel di Supply chain executives concorda sul fatto che sostenibilità e tracciabilità siano ai primi posti della loro agenda. In conclusione, racconta Flavio Sciuccati: «I cinque obiettivi del futuro dovranno guardare, anche attraverso un uso intelligente dei dati, al decision-making, all'individuazione dei trend, all'ottimizzazione delle scorte, alla massimizzazione del sell-out e conseguentemente alla minimalizzazione delle rimanenze, senza dimenticare lo storytelling e al pianificare il ricambio generazionale all'interno dei laboratori». (riproduzione riservata)

Scenari

RIFLETTORI PUNTATI SULLA TRACCIABILITÀ

Sostenibilità e trasparenza sono i concetti-chiave dei più recenti processi legati alla blockchain

L'attenzione green investe la filiera e la tecnologia, di fronte a un consumatore che vuole essere a conoscenza di cosa indossa. Alla base, c'è la volontà di fare sistema e rendere le informazioni più fruibili in un sistema moda in corsa. Questi sono solo alcuni dei concetti emersi ieri durante la prima giornata del **MFGS-Milano Fashion Global Summit 2019**, in occasione del dibattito «Industria 4.0/RFid, Internet of things e Blockchain: sostenibilità e trasparenza per il lusso e la moda». Al centro dei riflettori, i quattro player **Temera**, **PwC-PriceWaterhouseCoopers**, **Var group** e **Luxochain** che hanno presentato per l'occasione il lancio di **Virgo** (vedere **MF** del 19 ottobre), piattaforma dedicata alla tracciabilità e certificazione di un bene di lusso nel suo intero ciclo di vita. «Dal nostro osservatorio abbiamo visto un cambiamento rispetto a 2-3 anni fa, quando i driver che spingevano l'utilizzo delle tecnologie si legavano più al mondo della logistica, produzione e contraffazione. Nell'ultimo periodo la tracciabilità, sull'ondata anche delle nuove generazioni, si è spostata a monte, nell'ambito della filiera e funzionalità», ha spiegato **Arcangelo D'Onofrio**, ceo e founder di Temera. «La filiera risulta frammentata, per questo bisogna trovare un sistema semplice. Virgo è stata studiata insieme ai nostri clienti, siamo riusciti a fare sistema in Italia combinando quattro competenze di aziende diverse tra di loro. Ci siamo uniti per fornire soluzioni credibili e rendere fruibili le informazioni». Attraverso uno smartphone e un Qr code si potrà venire a conoscenza del processo di un capo in pelle, dall'allevamento, ai trattamenti, fino alle informazioni sulla manodopera. «Si deve partire da un concetto sentito: non abbiamo un secondo pianeta. È responsabilità di ognuno avere cura di esso. È una tematica che oggi viene molto percepita dal consumatore, soprattutto dai più giovani. Nel 2050 saremo in 10 miliardi, quanto

segue da pag. 1

general manager di **Fondazione Cologni dei mestieri d'arte**, ha accompagnato i presenti nel Rinascimento italiano alle origini dell'eccellenza. A seguire **Monica Ascoli**, owner di **Ascoli bottoni**, e **Niccolò Mion**, ceo dell'omonima azienda, ha spiegato l'importanza dei dettagli, anticipando il talk dedicato alla partnership creativa che ha visto protagonisti **Giona Milani**, vicepresidente di accessori **Guess**, **Stefano Stenta**, ceo di **Atelier Stimmamiglio**, **Flavio Sciuccati**, **Claudio Delunas**, ceo e founder di **Idee Partners**, e **Anton Magnani**, ceo di **Bmb Manifattura borse**. Sostenibilità e trasparenza sono invece stati trattati da **Davide Baldi**, ceo e founder di **Luxochain**, **Arcangelo D'Onofrio**, ceo e founder di **Temera**, **Francesca Moriani**, ceo di **Var group**, e **Stefano Spiniello**, senior partner di **PwC**, con **Giuseppe Donnanan**, presidente e ceo di **Prisma Tech**, che ha spiegato la nuova frontiera del design 3D. Il tutto senza scordare il nuovo corso della formazione, illustrata da **Roberto Riccio**, ceo di **Istituto Marangoni**, **Naba & Domus Academy**, e dalle riflessioni di **Raffaello Napoleone**, ceo di **Pitti Immagine**. Una giornata, realizzata in collaborazione con Istituto Marangoni, **Lineapelle**, **SkinLabo**, **Virgo**, **24Bottles**, **Ruinart**, **Tesla** ed **Eberhard Italia**, che si è conclusa con le premiazioni degli **MF Supply Chain Awards**, dedicati alle imprese più dinamiche e innovative della filiera e i cui vincitori sono stati selezionati da una giuria di esperti composta da **Fulvia Bacchi**, **Carlo**



Nelle immagini, **Roberto Riccio (1)**, **Danilo Venturi (2)**, **Alberto Cavalli (3)**, **Sabrina Lovo (4)**, **Davide Favrin (5)**, **Marco Guazzoni (6)**, **Michele Bocchese (7)**, **Arcangelo D'Onofrio (8)**, **Gerolamo Caccia (9)** e **Daniele Arioldi (10)**, premiati ieri a Milano in occasione della prima edizione degli **MF Supply Chain Awards**

Capasa, presidente di **Cmnicamera nazionale della moda italiana**, **Raffaello Napoleone**, **Paolo Panerai**, editor in chief & ceo di **Class Editori**, **Giulia Pessani**, direttore di **Gentleman**, **Stefano Roncato**, direttore di **MF Fashion**, e **Flavio Sciuccati**. Per la categoria Best innovation, l'onore è spettato, ex aequo, a **Vibram** e a **Fimproject**. I premi sono stati ritirati rispettivamente da **Marco Guazzoni** e da **Gerolamo Caccia Dominioni**. Il Best education è andato al **Polimoda** di Firenze, nella persona del direttore **Danilo Venturi**, mentre il Green chain è stato conquistato dal **Gruppo Albini**, rappresentato da **Daniele Arioldi**. L'Artisanal excellence invece ha premiato il **Maglificio Miles**, nelle mani di **Michele Bocchese**, mentre il riconoscimento per la migliore strategia di crescita ha visto un altro ex aequo tra **Millefili** e **Gruppo Marzotto**, con **Sabrina Lovo** e il ceo **Davide Favrin**. Infine le categorie speciali, con il Premio alla carriera che ha riconosciuto la storia professionale di **Franco Cologni**, e della sua **Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte**, ritirato da **Alberto Cavalli**, mentre l'Awards connecting minds ha premiato il ceo di **Galileo global education**, **Roberto Riccio**, per aver istituito un'offerta formativa sempre più completa, e il ceo di **Temera** **Arcangelo D'Onofrio**, per la passione, la competenza e i molti progetti portati a termine utilizzando tecnologie all'avanguardia su grandi gruppi italiani e internazionali soddisfacendo le molteplici esigenze che le industrie o le logistiche presentano. (riproduzione riservata)

Fabio Gibellino