



HOME
NEWS
ARCHIVIO NEWS
NEWSLETTER
FASHION TIMING
SALONI
GUIDA SERVIZI
ANNUNCI
INFORMAZIONI MEDIA
ABBONAMENTI
CHI SIAMO
ENGLISH 

E' uscita la Guida ai Servizi 2009



[HOME](#) > [NEWS](#) > [Articolo](#)

Martedì 26 maggio 2009

25 Maggio 2009

L'innovazione IT al centro di un convegno in Assolombarda

Si è tenuto stamattina a Milano, all'Auditorium milanese di Assolombarda, un convegno organizzato da Fondazione Italiana Accenture e Fondazione Politecnico di Milano: illustrati i risultati di uno studio condotto in collaborazione tra i due enti per mappare il grado di copertura IT delle fasi dei processi produttivi e distributivi del sistema moda. Presente il vice ministro dello Sviluppo Economico, Adolfo Urso.

Dalla ricerca, presentata da Chiara Francalanci, professore di Sistemi Informativi del Politecnico di Milano, è emerso che le aziende moda hanno fatto precedere la globalizzazione all'informatizzazione del processo di vendita, privilegiando il sell out in senso stretto rispetto all'utilizzo dei canali distributivi come mezzo per conoscere i clienti e migliorare il livello di servizio. Da qui la definizione di "artigianato globale". Le cose ora stanno cambiando ma gli spazi di miglioramento sono ancora ampi e i chief information officer coinvolti nello studio hanno indicato tra le linee di intervento per il futuro il rinnovamento degli applicativi obsoleti per renderli più flessibili, l'integrazione tra filiali e punti vendita, lo sviluppo di soluzioni e-commerce, l'implementazione di modelli di business intelligence, una migliore segmentazione dei dati provenienti dai negozi, lo sviluppo di sistemi per ottimizzare gli assortimenti, il rinnovamento delle applicazioni per la contabilità e la financial supply chain.

Marco Rotondo, responsabile global della practice Fashion e Luxury di Accenture, ha illustrato una serie di strumenti innovativi che permetteranno di aumentare il livello di interattività del consumatore con il punto vendita, parte dei quali già utilizzati da alcuni grandi player del settore. Gerolamo Caccia Dominioni, amministratore delegato del Gruppo Benetton, ha parlato degli obiettivi su cui si sta focalizzando l'azienda di Treviso, da sempre una case history italiana in fatto di innovazione: dalla lana che non fa pilling al risparmio energetico attraverso il riutilizzo di energia prodotta dai carrelli di movimentazione.

È seguita una tavola rotonda cui hanno preso parte Luciano Bandi (direttore generale Divisione Filati Loro Piana), Alba Cappellieri (professore di design del gioiello, Dipartimento Indaco del Politecnico di Milano) Marina Garzoni (fondatrice e presidente Moda e Tecnologia), Ernesto Greco (direttore generale Gruppo Ferragamo), Donatella Paschina (cio Ermenegildo Zegna Group) e Carlo Privitera (Corporate cio Luxottica Group) da cui è emerso che l'artigianato globale e l'innovazione IT sono due fattori chiave complementari per competere con successo sullo scenario internazionale.

Uno scenario oggi in una fase di forte trasformazione di cui è ancora difficile delineare l'esito finale, come ha sottolineato il viceministro Urso, ma in cui il modello italiano sembra riuscire a ritagliarsi un ruolo forse

Archivio News

Cerchi un nome, una notizia, un avvenimento dei mesi scorsi? Li trovi nel nostro archivio news

Iscriviti alla Newsletter

Registrati qui per ricevere fashionmagazine.it Today gratuitamente nella tua e-mail!

I prossimi saloni

CamPreview (Italia)
[30.05.2009 - 01.06.2009]

Ambiente Japan (Giappone)
[03.06.2009 - 05.06.2009]

Heimtextil Japan - Interior Lifestyle Japan (Giappone)
[03.06.2009 - 05.06.2009]

Annunci:

[Offerte di lavoro](#)
[Richieste di lavoro](#)
[Opportunità B2B](#)

Abbonamenti

Per abbonarti a Fashion o richiedere un copia gratuita del settimanale

Informazioni media

[Fashion](#)
[fashionmagazine.it](#)
[Tabloid](#)
[FashionGuide](#)
[FashionCalendar](#)
[Pocket-Cover-Story](#)
[Fashion Service](#)

[Planning 2008](#)

ancora più importante che nel recente passato. E a questo proposito Urso ha citato il caso Fiat-Chrysler, ma anche la crescita dell'export di tessile-abbigliamento italiano di alto livello in Paesi che fino a poco tempo fa sembravano dovere travolgere la nostra industria, come l'India e soprattutto la Cina. Così come è stato vincente, ha detto ancora Urso, continuare a scommettere sul manifatturiero quando gli altri Paesi occidentali si concentravano sui servizi finanziari. Quanto al futuro il vice ministro allo Sviluppo Economico ha indicato due strade percorribili dalla moda italiana, un modello di sviluppo ecosostenibile (e ha citato le origini nel recupero dei "cenci" del distretto tessile, che oggi tornano ad essere di attualità con una valenza culturalmente diversa) e l'importanza della tracciabilità dei nostri prodotti: "Perché chi compra italiano - ha concluso - vuole sentire il 'sapore' di quel pezzo di Italia".
c.mo.

[INVIA](#)[STAMPA](#)[Vai alla pagina introduttiva](#)[Stampa](#)

Copyright fashionmagazine.it © 2002-2009
è vietata la riproduzione anche parziale
P.IVA 10074660159

