PAMBIANCO

pwc

Co - Producer

GRAZIA

supported by

BORSA ITALIANA

sponsored by

18 MONTENAPOLEONE

analytical GROUP

Bemberg™ by Asahi Kasei

BULGARELLI PRODUCTION

DEDAGROUP STEALTH

Klarna.

QUADRIVIO & PAMBIANCO - MADE IN ITALY FUND -

NIPPON EXPRESS

planet

SHOPPING-LIVE

STELLANTIS FLEET & BUSINESS SOLUTIONS

temera

27° Fashion Summit - 2022

Il ruolo dell'Italia nel nuovo sistema moda mondiale. Prospettive e sfide future

Milano, 9 novembre 2022 - Piazza Affari, 6

27° FASHION SUMMIT

Il ruolo dell'Italia nel nuovo sistema moda mondiale. Prospettive e sfide future

Milano, 9 novembre 2022 - Piazza Affari, 6

PROGRAMMA

8:15	Registrazione dei partecipanti
8:50 Saluto di apertura	**David Pambianco** CEO Pambianco
8:55 Intervento	**Daniela Sola** Managing Director International Business Mondadori Media
Moderatore	**David Pambianco**
9:05 Intervista	**Carlo Capasa** Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana
9:20 Intervento	**Erika Andreetta** Partner PwC Italy, EMEA Fashion & Luxury Leader
9:35 Intervista	**Gabriele Maggio** President & CEO Stella McCartney
9:50 Intervista	**Barbara Lunghi** Head of Primary Markets Borsa Italiana **Marco Palmieri** Presidente gruppo Piquadro
10:05 Intervento	**Alessio Candi** Consulting e m&a Director Pambianco
10:20 Intervento	**Alessandra Di Valentin** Senior industry Manager fashion & luxury Google Italia
10:35 Intervista	**Mauro Grange** CEO holding Fine Sun (Dondup - Autry - 120% Lino)
10:50 Intervento	**Guido Alfani** General Manager Carbonsink
11:00 Intervista	**Andrea Scotti Calderini** Co-Founder e CEO Freeda
11:15	**COFFEE BREAK**
11:45 Intervista esclusiva	**Renzo Rosso** Fondatore e Presidente OTB
12:10 Intervista	**Fabrizio Cardinali** CEO Etro
12:25 Intervento	**Laura Milani** Head of luxury Made in Italy Hub - TikTok Italia
12:40 Intervista	**Angelo Trocchia** CEO Safilo Group
12:55 Intervista	**Antonio De Matteis** CEO Kiton
13:10 Intervista	**Stefano Beraldo** CEO OVS

Partner PwC Italy
EMEA Fashion & Luxury Leader

Erika Andreetta

Erika Andreetta, Partner PwC è responsabile dei servizi di consulenza nel mondo Retail & Consumer Goods con focus sul mercato del Luxury&Retail.
Ingegnere gestionale, entra in PwC Consulting nel 1999 e da sempre segue i principali players del Made in Italy, a livello di leadership team EMEA. Ha seguito in prima persona processi importanti di internazionalizzazione di primari gruppi nel mercato Cinese, ed è stata membro attivo del CINDIADesk di PwC dal 2000 al 2006. Segue ora il supporto ad aziende ad Alto Potenziale a sostegno del Made in Italy nel mondo e progetti di Sistema che toccano le nostre filiere produttive e i temi della sostenibilità.
Attenta osservatrice dell'evoluzione del consumatore, studia negli ultimi cinque anni l'impatto dell'omnicanalità nei settori del Made in Italy, attraverso gli osservatori PwC: la Global Consumer Insight Survey (27 Paesi, 21.000 consumatori) e gli approfondimenti italiani ed internazionali sui Millennials e la Generazione Z. E' inoltre membro di Get it Fair, primo sistema di certificazione internazionale delle filiere tessile-abbigliamento nei paesi emergenti per un responsible labeling.

Consulting e m&a Director
Pambianco

Alessio Candi

Responsabile delle divisioni Consulting e m&a in Pambianco. Entrato nel 2000 nella società fondata da Carlo Pambianco, è stato coinvolto negli ultimi 15 anni in oltre 100 progetti di consulenza e m&a. Ricopre, inoltre, il ruolo di Managing Partner in Made in Italy Fund, il fondo di Quadrivio & Pambianco specializzato negli investimenti nelle Pmi del made in Italy ad alto potenziale di crescita.

Head of Primary Markets
Borsa Italiana

Barbara Lunghi

Head of Primary Markets di Borsa Italiana, parte del gruppo Euronext, da oltre 20 anni Barbara Lunghi si occupa dello sviluppo dei mercati equity organizzati e gestiti da Borsa Italiana (Euronext Milan, Euronext Star Milan, Euronext Growth Milan) e della sensibilizzazione delle società italiane e degli stakeholder del mercato sulle opportunità offerte dall'accesso al mercato pubblico dei capitali.

CEO
Pambianco

David Pambianco

David Pambianco è CEO di Pambianco. Entrato nel 1994 nella società fondata dal padre Carlo Pambianco, ha contribuito in modo determinante al suo sviluppo lanciando, tra gli altri, la divisione editoriale, un'area nata con il sito Pambianconews e poi ampliatasi con Pambianco Magazine e le quattro riviste dedicate al Design, al Beauty, al Wine&Food e all'Hotellerie e che oggi rappresenta uno dei più importanti punti di riferimento informativo per i professionisti e gli opinion leader della moda, della cosmetica, del design, del wine&food e dell'ospitalità. Infine, due anni fa è stato ideatore e promotore di Made in Italy Fund, il fondo di Private Equity in J.V. tra Quadrivio & Pambianco, specializzato negli investimenti nelle Pmi del made in Italy ad alto potenziale di crescita.

Managing Director
International Business Mondadori Media

Daniela Sola

Nata a Pompei, mamma di Jacopo Angelo, esperta di moda e di design. Dopo la laurea in Economia del Commercio Internazionale conseguita all'Università di Napoli, Sola si trasferisce a Milano per specializzarsi nel mondo della comunicazione della moda. Inizia a lavorare nell'editoria, nell'ufficio marketing periodici di Rusconi nel 2000. Si appassiona al mondo delle riviste e nel 2001 entra in Mondadori dove lavorerà principalmente sulle testate femminili (Grazia, MarieClaire, Cosmopolitan, Flair, Confidenze). Nel 2005 si occupa del restyling di Grazia e contemporaneamente frequenta il master serale in Business Administration presso la Sda Bocconi. Nel 2007 approda all'internazionale come Brand Manager di Grazia, contribuendo al suo sviluppo all'estero (oggi Grazia è presente in 23 Paesi del mondo). Nel 2009 si trasferisce in Cina per sei mesi, supportando la joint venture Seec-Mondadori. Ritorna in Italia nel 2010 e lavora sul Polo Arredamento, Architettura e Design come Publisher. Curiosa, dinamica e alla ricerca di nuove sfide, nel 2013 si trasferisce a Firenze per lavorare in Salvatore Ferragamo Parfums come Direttrice della Comunicazione. Rientra in Mondadori dopo quasi cinque anni come Direttore Generale di Mondadori International Business e International Fashion&Design Brand Manager, dove si occuperà principalmente dello sviluppo digitale e social dei brand.

Carlo Capasa
Presidente

Nominato per la prima volta Consigliere della Camera Nazionale della Moda Italiana nel 2010, Carlo Capasa è stato eletto Presidente dell'associazione nel 2015. La sua visione strategica si fonda su sostenibilità, digitalizzazione, nuovi brand e narrazione. Da dicembre 2020 è parte del consiglio di presidenza di Altagamma, di cui è Vice-Presidente con delega alla moda, e da maggio 2021 è Consigliere dell'associazione Indicam.

Camera Nazionale della Moda Italiana

Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI) è l'associazione no-profit che, dalla sua fondazione nel 1958, promuove lo sviluppo della moda italiana e si propone di tutelarne l'immagine, sia in Italia sia all'estero. Con 108 associati per 324 brand, CNMI rappresenta oltre il 50% del fatturato dell'intera industria della moda che dà lavoro a più di 1.100.000 persone tra industria, commercio e servizi in Italia. CNMI è artefice della più significativa iniziativa di promozione del sistema moda con le settimane della moda, oltreché leader della sostenibilità nell'industria con i numerosi tavoli di lavoro, la pubblicazione di linee guida per il settore, l'organizzazione dell'International Round Table of Sustainability, dei CNMI Sustainable Fashion Awards e del Venice Sustainable Fashion Forum.

Carbonsink

Con oltre dieci anni di esperienza nello sviluppo di strategie climatiche net-zero e gestione dei rischi climatici per le aziende, Carbonsink fornisce consulenza strategica e personalizzata nei settori di carbon management, carbon neutrality e strategia net-zero, attraverso lo sviluppo e la valorizzazione di progetti in grado di generare crediti di carbonio certificati secondo i principali standard internazionali. Da gennaio 2022 Carbonsink è parte di South Pole, con cui forma il più grande gruppo al mondo per soluzioni e progetti di mitigazione dei cambiamenti climatici, mantenendo il ruolo di leader locale nel mercato italiano.

www.carbonsink.it

Guido Alfani
General Manager

Guido Alfani è General Manager di Carbonsink dal 2019 e ne coordina le operazioni di business development tramite la progettazione di strategie climatiche per aziende italiane e internazionali. Con l'entrata della società in South Pole nel 2022, Alfani assume anche il ruolo di Head of Southern Europe, Climate Solutions, guidando la crescita strategica del gruppo nei Paesi del Sud Europa.

IMPATTO CARBONSINK E SOUTH POLE

Progetti di mitigazione climatica	1.000+
Beneficiari dei progetti	20+ milioni
Tonnellate di CO_2 equivalente rimossa e evitata attraverso i progetti di mitigazione ad oggi	170 milioni
Clienti	1.000+
Partner	• UN Global Compact • Science-Based Target initiative (SBTi) • CDP (ex Carbon Disclosure Project) • Gold Standard • International Carbon Reduction & Offset Alliance • Wbcsd • World Economic Forum

Fabrizio Cardinali
CEO

Da settembre 2021, Fabrizio Cardinali è il nuovo CEO di Etro. Vanta oltre 25 anni di esperienza manageriale e un consolidato track record nel promuovere la crescita di marchi di lusso a livello internazionale.
Cardinali arriva da un'esperienza di 13 anni in Dolce & Gabbana, intervallati da cinque anni in Richemont.

Etro

Fondata nel 1968 a Milano da Gerolamo Etro, Etro è un lifestyle luxury brand con un heritage di eccellenza e qualità che si traduce in una proposta completa e trasversale delle linee Etro uomo, donna, accessori, casa e fragranze.
La presenza internazionale di Etro è basata su una strategia multi-channel che vanta circa 140 flagship store nel mondo e l'e-commerce a gestione diretta in Europa, Stati Uniti, Giappone e Korea.
Nel giugno 2022 Marco De Vincenzo è stato nominato Direttore Creativo di tutte le linee della maison. La sua visione è un inno all'espressione dell'individualità. È un heritage guardato con occhi nuovi alla ricerca di un'estetica eccentrica ed essenziale, dove il valore e la tradizione del Made in Italy incontrano il futuro dello stile e della sostenibilità.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2021	2020	2019
Fatturato	238	190	282
EBITDA	-6	-23	19
EBITDA %	-2,6	-12,2	6,7
Export 2021 (%)			77

Etro SS23

Etro SS23

Mauro Grange
CEO

Mauro Grange, dopo un'esperienza manageriale in H3G, assume il ruolo di Amministratore Delegato di McIntosh Group. Successivamente diviene Partner e Founder di Made in Italy Fund, fondo di private equity gestito e promosso da Quadrivio & Pambianco, e Amministratore Delegato di Fine Sun, la holding che controlla le aziende 120% lino, Rosantica, Dondup, Ghoud e Autry.

Fine Sun

Fine Sun srl, holding controllata da Made in Italy Fund, detiene le quote di maggioranza di Autry, azienda leader nel segmento delle sneaker; 120% Lino, azienda italiana di riferimento nella produzione di capi in lino e fibre naturali; Dondup, brand premium nel segmento del jeanswear; Ghoud, brand di sneaker di alta gamma; e Rosantica, brand specializzato in borse gioiello.
La holding Fine Sun, con un giro d'affari complessivo 2022 di circa 200 milioni di euro, si propone come polo di aggregazione per aziende del lusso accessibile made in Italy al fine di supportare le singole realtà di eccellenza nel proprio percorso di sviluppo, digitalizzazione e internazionalizzazione.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022*	2021	2020
Fatturato	195	113	71
EBITDA	51,5	27,5	17
EBITDA %	26,4	24,3	23,9

*Stime di chiusura

Campagna cross season Dondup

Campagna FW '22 Autry

Andrea Scotti Calderini
Co-Founder e CEO

Andrea Scotti Calderini, Co-Founder e CEO di Freeda, inizia la sua carriera nella gestione di talent in D'Management Group, per poi passare in Fremantle dove dà vita al dipartimento di Branded Content. Nel 2015 entra in Mediaset e Publitalia, dove lavora al fianco di Stefano Sala nella gestione delle iniziative speciali. A fine 2016 fonda Freeda, insieme a Gianluigi Casole, con l'obiettivo di cambiare il panorama dei media rivoluzionando i tradizionali paradigmi legati alla comunicazione per le nuove generazioni.

Freeda

Freeda Media è tra i leader internazionali nel mercato delle digital media company, con una community di oltre 11 milioni di persone che interagiscono con i suoi canali social media attivi nel Regno Unito, Italia e Spagna. Freeda Platform è, invece, la piattaforma di marketing, dati e creatività del gruppo Freeda che supporta le imprese nell'ascolto e nella comunicazione con i Millennials e la Generazione Z. L'obiettivo della Platform è quello di aiutare i brand a essere rilevanti per le nuove generazioni, utilizzando i social come motore di comunicazione e crescita del loro business. Attraverso Platform, Freeda fornisce servizi di consulenza, analisi delle performance dei contenuti social, produzione degli asset creativi e definizione delle strategie distributive al fine di coinvolgere e far crescere le community dei brand, trasformandole in consumatori.

www.freedamedia.com

KEY DATA FREEDA MEDIA / PLATFORM*

- Community: 11 milioni di persone in Italia, Regno Unito e Spagna
- Piattaforme coperte da Freeda Media: Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, LinkedIn
- Reach mensile: 150 milioni di persone raggiunte ogni mese in oltre 80 paesi nel mondo
- Video views (ultimi 12 mesi): 1,2 miliardi
- Interazioni (ultimi 12 mesi): 130 milioni
- Numero contenuti prodotti da Freeda Media (ultimi 12 mesi): 5.100 contenuti pubblicati
- Numero contenuti prodotti da Freeda Platform per i brand partner (ultimi 12 mesi): 10.000 asset creativi realizzati e pubblicati
- Brand partner 2022 (Year to date): +200 brand che hanno scelto Freeda Media per attivazioni branded content e oltre 30 partnership lato Freeda Platform

*Source: Api di Meta, TikTok e YouTube – Periodo: settembre 2021 / settembre 2022.

Alessandra Di Valentin
Senior Industry Manager Fashion & Luxury

Negli ultimi anni della sua carriera in Google Italia, Alessandra ha lavorato come consulente strategica per alcuni dei più grandi gruppi del fashion & luxury, promuovendone e facilitandone la trasformazione digitale grazie ai prodotti e alle soluzioni pubblicitarie Google.

Google

La missione di Google è quella di organizzare le informazioni a livello mondiale e renderle universalmente accessibili e utili. Attraverso prodotti e piattaforme come Search, Maps, Gmail, Android, Google Play, Google Cloud, Chrome e YouTube, Google svolge un ruolo significativo nella vita quotidiana di miliardi di persone.
Crediamo che la tecnologia possa aiutare le persone nella vita quotidiana così come nelle sfide lavorative e imprenditoriali. Per questo la mettiamo a disposizione di tutti, attraverso formazione e strumenti gratuiti. Con il digitale, è infatti possibile valorizzare le piccole e medie imprese e supportare le persone nella loro crescita, a vantaggio dell'intera società.

Come Google può supportare le imprese?

Il digitale permette a tutte le imprese di crescere, che si tratti di una piccola attività locale, un retailer multicanale o un brand globale, e raggiungere nuovi clienti, vicini e lontani. Per aiutarle, oltre ai nostri strumenti come Grow My Store, Market Finder e al Profilo dell'attività su Google, mettiamo a loro disposizione corsi e prodotti affinché possano migliorare la propria presenza online e crescere nel mercato contribuendo a loro volta allo sviluppo del territorio.

https://about.google/intl/ALL_it/

Google campus

Antonio De Matteis
CEO

Antonio De Matteis nasce a Napoli nel 1964. La carriera inizia nel 1986 con lo zio Ciro Paone, Fondatore e Presidente della maison Kiton. Nel 1990 è nominato Direttore Commerciale e nel 2005 assume anche il ruolo di Direttore Marketing sviluppando la brand image. Nel 2007 diventa Amministratore Delegato del gruppo Kiton dando impulso a un importante processo di crescita.

Kiton

Kiton è stato fondato da Ciro Paone ad Arzano, in provincia di Napoli, nel 1968. L'azienda è tra le principali realtà internazionali attive nel settore del lusso, nota per il servizio bespoke e per le collezioni sartoriali ready-to-wear maschili e femminili. Fautore di un'eleganza senza tempo, Kiton è sinonimo di eccellenza e si è affermato grazie alla cura e alla passione che animano la creazione di ogni capo, rigorosamente fatto a mano, impreziosito da tessuti di altissima qualità, come i filati di pura vicuña, i cashmere, le lane e le sete pregiate. Con cinque siti produttivi di proprietà, tutti collocati in Italia, circa 800 dipendenti di cui oltre la metà artigiani, Kiton ha conseguito un costante percorso di crescita consolidando la propria presenza distributiva grazie ai 75 Paesi serviti e alle 60 boutique monomarca.

www.kiton.com

DATI ECONOMICI Gruppo Ciro Paone

Valori in milioni di €	2021	2020	2019
Fatturato	131	100	135
EBITDA	21	-6	22
EBITDA %	16,2	-5,5	16,2
Export Kiton 2021 (%)			87,7
Export Capogruppo Ciro Paone S.p.A. 2021 (%)			85,2

Renzo Rosso
Fondatore e Presidente

Nel 1978 Renzo Rosso fonda il marchio Diesel e nel 2002 crea il gruppo OTB, che oggi riunisce brand iconici e internazionali nel mondo della moda e del lusso. Nel suo ruolo di Fondatore e Presidente, Rosso guida il gruppo con una forte attenzione all'innovazione e alla sostenibilità. I valori di solidarietà e restituzione al territorio portano Rosso a fondare nel 2008 OTB Foundation, di cui è Presidente.

OTB

OTB è il gruppo internazionale di moda e lusso a cui fanno capo i marchi iconici e anticonvenzionali Diesel, Maison Margiela, Marni, Jil Sander, e Viktor&Rolf. OTB controlla anche le aziende Staff International e Brave Kid, e detiene una quota di minoranza del marchio americano Amiri. Acronimo di 'Only The Brave', OTB crede nella possibilità di andare oltre le frontiere della moda e dello stile, supportando la creatività di talenti internazionali ed esprimendo tutto lo spirito innovativo e il coraggio senza compromessi del suo Fondatore e Presidente Renzo Rosso. Un approccio fortemente digitale che mette al centro il consumatore e un impegno concreto e a lungo termine per la creazione di un business sostenibile sono i pilastri della filosofia di sviluppo del gruppo che conta oltre 6.000 dipendenti nel mondo.

www.otb.net

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2021	2020	2019
Fatturato	1.456	1.238	1.469
EBITDA	355	176	191
EBITDA %	24,3	14,2	13,0

Stefano Beraldo
CEO

Amministratore Delegato di OVS spa, Stefano Beraldo ha impresso una svolta significativa alla storica azienda veneta, investendo capitali in prima persona e operando profonde innovazioni sui format dei diversi brand, fino a trasformarla nel gruppo leader del mercato dell'abbigliamento italiano, con i marchi OVS, Upim e Stefanel.

OVS

Con oltre 2.000 negozi, in Italia e all'estero, più di 7.000 dipendenti e una quota di mercato del 9,3%, Ovs spa è leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento donna, uomo, bambino. Opera con i marchi OVS, Upim, Stefanel, OVS Kids, Blukids, Croff e Les Copains, di recente acquisizione, presidiando l'intera catena del valore, dalla creazione stilistica alla realizzazione e commercializzazione dei capi. Considerato tra i player più all'avanguardia, in ambito retail, nella trasformazione digitale e nella sostenibilità, si è aggiudicato, per il secondo anno consecutivo, il primo posto nel Fashion Transparency Index 2022. Quotato alla Borsa di Milano dal 2015, ha registrato nel 2021 vendite nette pari a 1,3 miliardi di euro (+33,4% vs 2020) e un ebitda di 147,2 milioni di euro. Ottima anche la performance del primo semestre 2022 con una robusta crescita delle vendite (+17,8% rispetto al medesimo periodo del 2021 e +8,5% rispetto al primo semestre del 2019).

DATI ECONOMICI*

Valori in milioni di €	2022	2021	2020
Fatturato	1.359	1.019	1.370
EBITDA	147	73	156
EBITDA %	10,8	7,2	11,4

*Chiusura esercizio 31/01

PIOMBO Collezione AI 22

Collezione OVS Denim AI22

Marco Palmieri
Presidente

Marco Palmieri è il Fondatore di Piquadro spa che dal 2007 è quotata alla Borsa Italiana. Nel 2016 acquisisce lo storico marchio fiorentino di pelletteria The Bridge e nel 2018 la maison francese di pelletteria di lusso Lancel creando un gruppo internazionale da circa 150 milioni di euro di fatturato.

Piquadro

Il Gruppo Piquadro opera nel settore degli accessori in pelle attraverso i marchi Piquadro, The Bridge e Lancel. Capisaldi per i tre brand sono la cura per i dettagli e la qualità della lavorazione e dei pellami, ma il prodotto Piquadro si distingue per un design innovativo e un contenuto tecnologico, quello The Bridge esalta il sapore vintage della lavorazione artigianale toscana e, infine, le collezioni Lancel incarnano l'allure parigina di una maison fondata nel 1876. Il fatturato consolidato del gruppo relativo all'esercizio 2021-2022, chiuso al 31 marzo 2022, è pari a 149,4 milioni di euro. Dall'ottobre 2007 Piquadro spa è quotata alla Borsa Italiana.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022	2021	2020
Fatturato	149	113	152
EBITDA	12	-2	1
EBITDA %	8,1	-1,6	0,3

Angelo Trocchia
CEO

Angelo Trocchia è Amministratore Delegato del gruppo Safilo da aprile 2018. Dopo un Mba conseguito allo Stoa'/Mit di Napoli e un Phd in ingegneria aeronautica conseguito alla Sapienza di Roma, ha iniziato nel 1991 una carriera internazionale in Unilever, dove ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità. È stato Presidente e Amministratore Delegato di Unilever Italia dal 2013 al 2018.

Safilo

Fondato nel 1934 in Veneto, il gruppo Safilo è tra i più importanti player del mercato dell'eyewear per design, produzione e distribuzione di occhiali da sole, montature da vista, caschi, maschere e occhiali per l'outdoor. Con una presenza globale capillare, il business model del gruppo Safilo consente di presidiare l'intera filiera produttivo-distributiva: dalla ricerca e sviluppo, alla produzione, fino alla distribuzione, che con filiali dirette in 40 Paesi e un network di oltre 50 partner in altri 70 Paesi raggiunge circa 100.000 punti vendita selezionati in tutto il mondo. Il tradizionale e consolidato modello wholesale è inoltre integrato da piattaforme di vendita direct-to-consumer e internet pure player, in linea con le strategie di sviluppo del gruppo.

www.safilogroup.com

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2021	2020	2019
Fatturato	969	780	939
EBITDA	79	-24	25
EBITDA %	8,2	-3,1	2,7

VENDITE PER AREA GEOGRAFICA 2021

	Valori in milioni di €	%
NORD AMERICA	466,2	48,1
EUROPA	378,5	39,0
ASIA E PACIFICO	52,6	5,4
RESTO DEL MONDO	72,4	7,5

Gabriele Maggio
President & CEO

Gabriele Maggio è un dirigente d'azienda internazionale, con una vasta esperienza nei principali marchi globali del lusso, tra cui Gucci, Bottega Veneta e Moschino. Da quando, nell'ottobre del 2019, è entrato a far parte della casa di moda del lusso sostenibile Stella McCartney, Maggio si è rivelato un ottimo capitano in molte occasioni, come la partnership con Lvmh e la pandemia di Covid-19, sapendone cogliere le opportunità ma anche le sfide che ne conseguono.

Stella McCartney

Stella McCartney è un marchio di lifestyle di lusso lanciato con il nome della stilista nel 2001. Il marchio è incentrato su una femminilità sicura di sé e su uno stile di alto livello e consapevole, ma spontaneo e naturale. Il marchio riflette un'azienda etica e moderna, che si assume la responsabilità delle risorse che utilizza e del proprio impatto sull'ambiente. Per questo trova costantemente nuovi e innovativi modi per aumentare la propria sostenibilità, dal design alle pratiche di vendita e fabbricazione dei prodotti. Vegetariana da sempre, Stella McCartney non usa mai cuoio, piume, pellicce o pelli per i suoi prodotti, per motivi etici e ambientali: una vera pioniera del movimento per l'uso di materiali alternativi. Sostenitore dell'agricoltura rigenerativa e della circolarità, il marchio sta abbracciando nuovi modelli di business che trasformeranno le modalità di approvvigionamento, produzione, vendita, condivisione, riparazione e riutilizzo degli abiti, nonché di prodotti di lunga durata, da usare a lungo, per ridurre l'impatto ambientale.
Oggi Stella McCartney spazia dal prêt-à-porter femminile all'abbigliamento maschile, dall'abbigliamento per bambini agli accessori, dai costumi da bagno e lingerie a una collaborazione con Adidas per l'abbigliamento sportivo, fino ad arrivare ai prodotti Stella skincare e molto altro, con 48 punti vendita di proprietà e 21 in franchising a New York, Londra, Parigi, Milano, Tokyo, Shanghai e Pechino. Le collezioni sono vendute in 77 Paesi, in 863 negozi specializzati e grandi magazzini e vengono spedite in 100 Paesi grazie all'e-commerce.

Laura Milani
Head of luxury Made in Italy Hub
TikTok Italia

Laura è a capo del Made in Italy Hub di TikTok come Head of Luxury. Ha oltre 20 anni di esperienza in Marketing e Comunicazione Digitale, e ha partecipato alla costruzione e allo sviluppo locale di aziende Tech - Yahoo!, Myspace e Facebook (ora Meta) - collaborando con aziende di vari settori prima di dedicarsi completamente al Lusso e alla Moda dal 2015. In TikTok da giugno 2022 guida il Made in Italy Hub.

TikTok

TikTok è la piattaforma di intrattenimento leader per i video brevi da dispositivi mobile, destinata a utenti dai 13 anni in su. Fondata nel 2017 (lanciata in Europa ad agosto 2019), oggi è presente in oltre 150 Paesi, disponibile in 75 lingue e conta oltre 1 miliardo di utenti. Per aiutare le aziende di tutte le dimensioni a essere scoperti e a connettersi con i consumatori in modo autentico, unico e creativo, la piattaforma ha introdotto TikTok For Business, che ospita tutte le soluzioni di marketing, pensate per offrire ai brand gli strumenti necessari per creare storytelling originali, in grado di ingaggiare la community di TikTok.

KEY DATA

- Presente in 150 Paesi e disponibile in 75 lingue
- 1 miliardo di utenti attivi in tutto il mondo a livello mensile
- La piattaforma, destinazione sempre più scelta dai brand fashion e del lusso per abbracciare un pubblico giovane e dinamico che ha fatto della creatività il suo linguaggio, dimostra di essere il ponte tra grandi marchi, estimatori ed esperti di moda, ma soprattutto della community che, ogni giorno, esprime le proprie passioni insieme alla sua peculiari e molteplici idee di stile.
- Solo nell'ultimo anno – a livello globale - le conversazioni attorno a #fashion hanno superato 190 miliardi di visualizzazioni, mentre #style oltre 77,7 miliardi, #lifestyle36mld e #luxury 24 miliardi di visualizzazioni, evidenziando quanto TikTok non sia solo una vetrina virtuale per scoprire nuove tendenze, ma anche un catalizzatore per community attorno al mondo moda nel più ampio senso del termine.

Perfomance Management Change Management
3D Store Integrated Business Planning
Customer Experience
Process automation
Top Down Merchandise Planning
Go to market strategy e-Retail
Omnichannel Generation Z
Big Data Analytics Sustainability
Retail excellence Millennials
SAP S/4 HANA for Fashion
Direct to consumer eCommerce insourcing
ePayment Circular Economy
CRM Tax digitalization
Supply Chain Collaboration
Process Mining Sales Operation Planning
VR Blockchain
Internationalization Plan
Digital transformation AR
Stealth
NFT Metaverse
eCommerce outsourcing
Marketplace Time to market
eCommerce Organizational Rightsizing

Product Lifecycle Management
Rfid
Execution
PoS
Retail academy
B2C

pwc

PwC per il Settore Fashion and Luxury

L'obiettivo di PwC è quello di creare fiducia nella società e risolvere problematiche importanti. Siamo un network presente in 152 Paesi con quasi 328.000 professionisti, di cui oltre 7.000 in Italia, impegnati a garantire la qualità dei servizi fiscali, legali, di revisione contabile e di consulenza.

Digitale, Industry 4, Sostenibilità delle filiere e del Made in Italy, non sono solo parole ma concrete direttrici di sviluppo per le quali la finanza pubblica attraverso il PNRR e gli altri fondi europei può fare da catalizzatore.

Le sfide del settore sono importanti per mantenere la fiducia di consumatori sempre più esigenti e per rispondere ai bisogni delle nuove generazioni sensibili al rispetto dell'ambiente e della sostenibilità in senso lato.

PwC è al fianco delle imprese per aiutarle a gestire questo momento straordinario con un team multidisciplinare di oltre 600 persone distribuito su tutto il territorio italiano e integrato col network di professionisti a livello internazionale.

PwC dispone di importanti osservatori nel settore dei beni di consumo con focus sul Fashion & Luxury che monitorano sia a livello mondiale che a livello italiano i comportamenti dei consumatori con particolare attenzione su Millennials e Generazione Z e sulle tematiche del Reshoring, della Sostenibilità & Economia Circolare, e delle Filiere.

Con team multidisciplinari "industry focused", PwC supporta le aziende Fashion & Luxury nei processi di trasformazione digitale e omnicanale, attraverso gli approcci innovativi degli Experience Centre PwC.

Milano • Roma • Parigi • Londra • Amsterdam • Stoccolma • Madrid • Lussemburgo • Amburgo
Varsavia • Zurigo • Johannesburg • Dubai • Pechino • San Jose • Seoul • Tokyo • Shanghai
Hong Kong • Kolkata • Singapore • Melbourne • Sydney • Città del Messico • Austin • Vienna
Los Angeles • San Francisco • Seattle • Chicago • Toronto • New York • Hallandale Beach
San Paolo • Abu Dhabi • Düsseldorf • Gurgaon

pwc.com/it

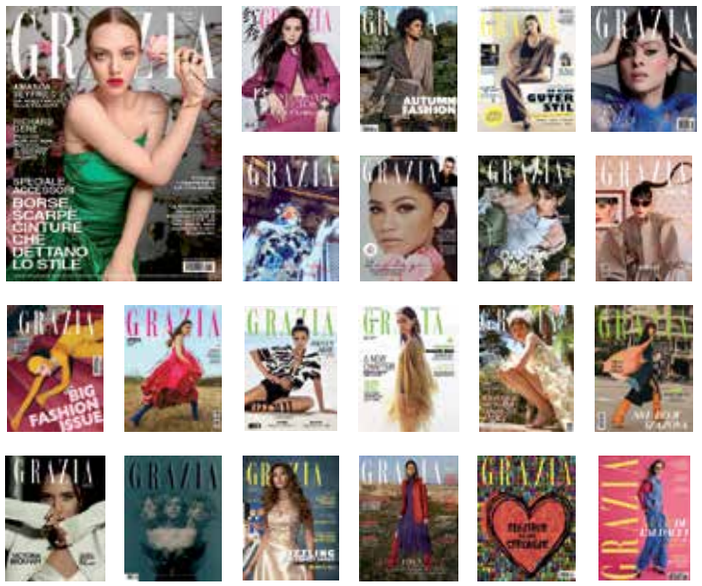
PwC Italy |

© 2022 PwC. All rights reserved.

GRAZIA

Primo fashion brand 100% italiano ad aver esportato la sua formula di successo in tutto il mondo, Grazia è oggi presente su tutti i più importanti mercati per la moda e il lusso, dall'Italia agli Stati Uniti. Con 21 edizioni internazionali complessive in 23 Paesi, il brand del gruppo Mondadori si rivolge a un'audience globale di 15 milioni di lettori e 45 milioni di utenti unici, con oltre 30 milioni di follower sui social media, confermandosi il veicolo privilegiato per le aziende di moda, bellezza e lifestyle.

www.graziamagazine.com
www.grazia.it



BORSA ITALIANA

Borsa Italiana è parte del Gruppo Euronext, la principale infrastruttura di mercato Europea che gestisce le Borse regolamentate di Italia, Belgio, Francia, Irlanda, Paesi Bassi, Norvegia e Portogallo. Con circa 2.000 emittenti quotati per una capitalizzazione di mercato di circa €5.7 trilioni (dati a fine settembre 2022), Euronext vanta un paniere senza eguali di blue chip e un'ampia base di clienti diversificata a livello nazionale e internazionale. Euronext gestisce altresì mercati azionari e dei derivati regolamentati e trasparenti e una delle principali piattaforme di trading elettronico del reddito fisso in Europa, oltre ad essere la maggiore piazza di quotazione di titoli di debito e fondi al mondo. Insieme al suo principale mercato regolamentato, gestisce anche una serie di mercati "junior", semplificando l'accesso in borsa alle PMI. L'offerta di Borsa Italiana è ampia e trasversale, a supporto di diverse tipologie di società e di veicoli di investimento, tra cui: Euronext Milan, il mercato regolamentato di Borsa italiana; Euronext STAR Milan, il segmento di Euronext Milan dedicato alle società ad alti requisiti; Euronext Growth Milan, il mercato dedicato alle PMI dinamiche; Euronext MIV Milan, il mercato di riferimento per la quotazione di fondi e veicoli di investimento. Facendo leva sull'integrazione nel Gruppo Euronext, Borsa Italiana ha recentemente semplificato il processo di quotazione in Italia, a vantaggio delle società che intendono raccogliere capitali sul mercato regolamentato Euronext Milan. Questa riforma è il risultato dell'impegno di Borsa Italiana per la competitività dei mercati finanziari italiani rappresentato nel Libro Verde pubblicato dal Ministero dell'Economia e delle Finanze. Grazie allo sforzo congiunto con Consob, le associazioni e gli altri soggetti pubblici e privati, è stato possibile semplificare l'accesso ai mercati dei capitali per le imprese, rendendo il processo di quotazione più attraente, competitivo ed efficiente.

www.euronext.com

www.borsaitaliana.it

twitter.com/euronext

linkedin.com/euronext

Milano is the place to open: il real estate commerciale registra in modo costante incrementi per volume d'affari e per numero di trattative portate a termine. Un'espansione consolidata nel tempo che vede come attore primario la 18 Montenapoleone, da oltre 30 anni leader nel retail high end. La nostra società, infatti, ha contribuito a disegnare l'attuale toponomastica del Quadrilatero quale distretto del lusso. Abbiamo collaborato in qualità di broker con le più prestigiose aziende del fashion&luxury per l'apertura di boutique monomarca e showroom. Leader nell'intermediazione immobiliare, la 18 Montenapoleone affianca inoltre proprietà e fondi di investimento per la commercializzazione in esclusiva di nuovi progetti retail che prevedano anche il restyling di prestigiosi building nelle zone strategiche dello shopping cittadino più esclusivo. Ad oggi sono più di 700 le vetrine che abbiamo inaugurato per un totale di oltre 35mila metri quadrati di spazi commerciali avviati. Numeri importanti che celebriamo con orgoglio e, perché no, anche con un pizzico di vanità sui nostri social: le insegne appena inaugurate trovano spazio in un diario per immagini sul nostro profilo Instagram, uno storytelling che testimonia anche nuovi progetti e visioni della 18 Montenapoleone. La volontà è quella di mantenere vivo e dinamico il rapporto con i clienti acquisiti, che da sempre ci riconoscono professionalità e discrezione, e instaurarne di nuovi con quelli che verranno. Perché la nostra forza, oltre ai numeri, è essere al fianco di chi c'è e offrire know how e competenza a chi ci sarà.

www.18montenapoleone.it

18montenapoleone

Da quasi 40 anni, Analytical Group è sinonimo di qualità e supporto ai massimi livelli nel mondo del testing chimico/fisico e della certificazione di prodotto, garantendo quotidianamente il rispetto di leggi e norme grazie a servizi tailor-made di consulenza su regolamentazioni, labeling e processi di verifica della supply-chain riconosciuti a livello globale.
Ogni giorno gli specialisti di Analytical Group effettuano centinaia di analisi chimiche e fisico-meccaniche su materiali e prodotti finiti presso i propri laboratori, con centinaia di prove accreditate secondo la norma UNI CEI EN ISO/IEC 17025. Inoltre, grazie allo sviluppo dei servizi dedicati alla supply-chain sustainability (Scs), viene garantito un supporto continuativo ai brand di tutte le dimensioni al fine di evitare, per mezzo di audit e verifiche della merce acquistata, rischi di carattere legale e reputazionale. L'obiettivo è quello di accompagnare tutta la catena di fornitura in un percorso di eccellenza verso la sostenibilità. Dal 2014, grazie al suo brand AConsulting, Analytical Group offre ai propri clienti servizi di compliance a 360 gradi, con specialisti e uffici dedicati alla realizzazione di capitolati di fornitura, market access report per accesso ai mercati internazionali, update normativi, Reach/Rohs service e piani di sostenibilità produttiva sulla supply chain. Le prove su cuoio, tessuti, accessori metallici e tutte le tipologie di prodotto finito, sia per il mondo kids che adulto, costituiscono invece il cuore dell'impegno quotidiano nel testing. Da sempre promotore di iniziative volte a sensibilizzare clienti e stakeholder al tema della sostenibilità, nel 2020 Analytical Group ha sottoscritto importanti partnership con diversi utility provider per l'utilizzo di energia proveniente da sole fonti rinnovabili. Il gruppo è laboratorio omologato Zdhc (zero discharge of hazardous chemicals), un'importante associazione di brand e provider nata nel 2011 con l'obiettivo di ridurre l'impronta chimica del settore fashion, eliminando gradualmente le sostanze chimiche pericolose e guidando verso l'implementazione e la diffusione di una chimica tessile sostenibile.

www.analytical.it

Bemberg™

by Asahi Kasei

Asahi Kasei Corporation è una multinazionale giapponese che opera in tutto il mondo in una vasta gamma di settori industriali. Le sue attività principali sono gestite da nove settori operativi che lavorano congiuntamente, ma con ampia autonomia e indipendenza.
Oggi il gruppo Asahi Kasei conta più di 46.000 dipendenti operanti in Europa, America, Asia e Oceania.
In previsione dei cambiamenti sociali emergenti, il gruppo Asahi Kasei è focalizzato sull'offerta di un nuovo valore dal punto di vista di "vivere in salute e comfort" e "armonia con l'ambiente" in conformità con lo slogan aziendale: "creating for tomorrow".
Originariamente concepito nel 1931, Bemberg di Asahi Kasei non è un semplice filo, ma il prodotto di oltre 90 anni di ricerca e sperimentazione high-tech e di impegno per un futuro sostenibile. Il risultato è una fibra ad alte prestazioni con un'impronta di economia circolare. Infatti, è realizzata dalla trasformazione smart-tech di materiale pre-consumo dei linter di cotone, convertiti attraverso un processo a ciclo chiuso tracciabile e trasparente. Bemberg è un materiale biodegradabile e compostabile come verificato dalla terza parte Innovhub. Inoltre, i fili Bemberg sono in grado di degradarsi e la bassissima concentrazione di sostanze pericolose di Bemberg rispetta i limiti previsti dalla UNI EN 13432.

www.asahi-kasei.co.jp/fibers/en/bemberg/

BULGARELLI PRODUCTION

Bulgarelli Production è la prima e unica azienda al mondo del proprio settore ad aver raggiunto lo status di carbon positive (climate positive). Produce nei suoi stabilimenti oltre 100 milioni di cartellini e micro-packaging per i più importanti brand del lusso mondiali. In questi anni ha avuto una notevole evoluzione su diversi fronti: percorso di sostenibilità ambientale e sociale, nuove certificazioni, investimenti tecnologici in industria 4.0, ampliamento dei propri stabilimenti, fatturato, distribuzione del proprio volume d'affari a favore del segmento lusso (75 %). Tutti i prodotti forniti da Bulgarelli Production sono carbon positive. Rappresentano quindi un risparmio calcolabile per le aziende che li acquistano, in quanto non dovranno essere compensati.

Certificazioni

Oltre alle già note ISO 9001, FSC e SA 8000, negli ultimi due anni ha ottenuto la ISO 14064, certificazione che calcola tutte le emissioni dell'azienda, dalla materia prima al fine vita dei suoi prodotti. Inoltre, a dicembre 2022 otterrà la certificazione B Corp, a conferma del percorso straordinario fatto, dove i valori Esg sono diventati pilastri del suo business, come dimostra l'apprezzamento di tutte le divisioni Csr delle più grandi aziende del lusso. Tutto questo è consultabile nel bilancio di sostenibilità.

Stabilimenti

Oltre alla sede principale di 2.750 metri quadrati (Building 1), da più di un anno ha aggiunto un ulteriore immobile di proprietà di circa 1.200 metri quadrati (Building 2). Entro il primo semestre 2023 si concluderanno i lavori per un terzo immobile di 2.600 metri quadrati (Building 3) in cui sarà dislocata la nuova logistica.

Fatturato

Il 2022 si chiuderà con ricavi di circa 8 milioni di euro e il budget fissato per il 2023 è in costante crescita. Il rating è 1 in tutti gli istituti bancari. Il 75 % del fatturato è rappresentato da brand del segmento lusso attraverso un servizio custom-made.

https://bulgarelliproduction.com/

Da oltre 30 anni Dedagroup Stealth aiuta le aziende della moda e del lusso a crescere e a svilupparsi globalmente consolidando nel tempo fra i suoi clienti il 60% dei luxury brand italiani. Dedagroup Stealth oggi può vantare oltre 400 specialisti IT e consulenti, più di 50 progetti nel mondo, e una selezione di partner internazionali qualificati. Attraverso questo ecosistema esteso di competenze affianca i propri clienti nello sviluppo e adozione di nuovi modelli di business abbracciando logiche di circolarità, tracciabilità e sostenibilità. L'offerta di prodotto è quindi disegnata per rispondere alle varie peculiarità dell'industria della moda: Stealth, The Fashion Platform potenzia la gestione di strategie omnichannel su scala globale che consentono il pieno controllo di ogni fase della supply chain fino a tutto il comparto Retail. Stealth Go! risponde ai bisogni di tutto il settore delle piccole medie imprese offrendo loro competenza e tecnologia di alto rilievo. E, infine, la piattaforma Zedonk garantisce un affiancamento tecnologico di elevata competenza ai designer, alle aziende moda emergenti e di piccole dimensioni. Completa l'offerta la piattaforma Bsamply destinata ai fornitori di materie prime e ai buyer e brand del comparto moda.
Dedagroup Stealth è una società del gruppo Deda, uno dei principali player del mercato ICT italiano.

www.dedagroupstealth.com

Dal 2005, la mission di Klarna è rivoluzionare il settore del retail banking. Con più di 150 milioni di utenti attivi a livello globale e 2 milioni di transazioni al giorno, Klarna va incontro alle esigenze in evoluzione dei consumatori permettendo loro di risparmiare tempo e denaro, mantenendo al contempo il controllo delle proprie finanze. Più di 450.000 brand globali, tra cui H&M, Saks, Sephora, Macy's, Ikea, Expedia Group e Nike, hanno integrato l'innovativa tecnologia di Klarna per offrire un'esperienza di shopping fluida, online e in store. Con oltre 6.000 dipendenti, Klarna opera in 45 Paesi.

Klarna ha da poco pubblicato un Fashion Report per il quale ha intervistato i consumatori di 11 Paesi nel mondo su alcune macrotendenze, tra le quali la resilienza delle fashion week e l'ascesa del Metaverso. I dati del report sono disponibili scansionando il Qr code in basso o al seguente indirizzo: insights.klarna.com/fashion-trends/

QUADRIVIO & PAMBIANCO

- MADE IN ITALY FUND -

Made in Italy Fund è il fondo di private equity promosso e gestito da Quadrivio & Pambianco, realtà con oltre 20 anni di esperienza nel mondo del private equity e degli investimenti alternativi. Nato con l'obiettivo di investire e valorizzare le eccellenze del made in Italy, il fondo investe in Pmi attive nei settori del fashion, del design, del beauty e del food & wine, acquisendo quote di maggioranza in imprese leader nel proprio mercato di riferimento e fortemente vocate all'internazionalizzazione; realtà che operano in mercati di nicchia e che consentono di avere multipli di ingresso particolarmente vantaggiosi. Il gruppo affianca il management e fornisce capitali, know-how e tutto il supporto operativo necessario alla crescita delle società oggetto di investimento. Il fondo si avvale di figure professionali altamente specializzate, con una pluriennale esperienza nel settore di riferimento: Alessandro Binello, Walter Ricciotti, David Pambianco, Mauro Grange e Alessio Candi. Ad affiancarli tre senior advisors: Mario Boselli, Patrizio di Marco e Andrea Rossi.
Ad oggi il fondo ha in portafoglio dieci società: 120%lino, azienda leader nella produzione di capi in lino; Mohd, realtà italiana che vende e distribuisce a livello internazionale arredamenti di interni di alta gamma; Prosit, polo di cantine italiane di fascia premium; Rougj, azienda che formula, produce e distribuisce cosmetici haute de gamme per il canale farmacia; Rosantica, brand specializzato in borse gioiello e accessori preziosi; Gcds, marchio della moda dallo stile iconico e disruptive; Dondup, brand di moda noto per i suoi capi in denim; Xtrawine, digital company specializzata nella vendita e nella distribuzione di vino online; Autry e Ghoud, due aziende italiane che producono e distribuiscono sneakers.

www.quadriviogroup.com | www.madeinitayfund.com

NIPPON EXPRESS

Siamo un'organizzazione specializzata in servizi logistici per il settore moda, lifestyle e design, in grado di soddisfare ogni tipo di esigenza operativa in tutto il mondo grazie ad anni di esperienza e al continuo aggiornamento del nostro know-how.
L'expertise nel fashion e lifestyle ci permette di coordinare la gestione della filiera, dal ritiro delle materie prime alla consegna del prodotto finito.
Siamo l'unico network mondiale che consente ai propri clienti di interagire con un solo partner commerciale, mantenendo il controllo sull'intera filiera produttiva.

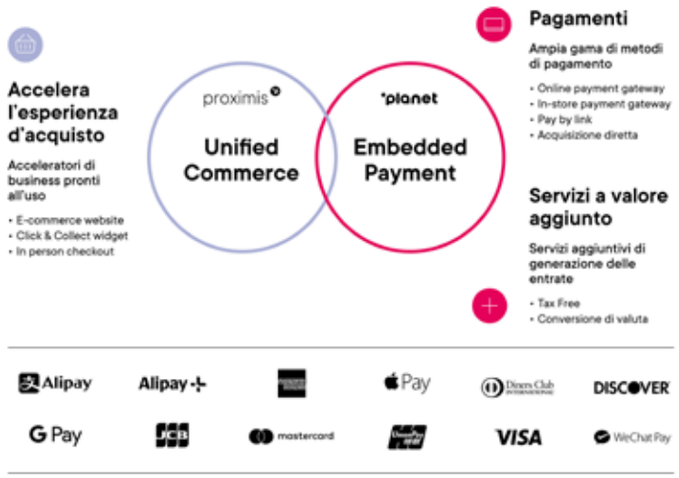
We are an organization specialized in logistic services for the fashion, lifestyle & design industry, able to meet each type of operational requirement worldwide.
Thanks to years of experience and continuous updating of know-how, we are able to handle every requirement, from wherever it might come.
The expertise in fashion & lifestyle allows us to coordinate the management of the supply chain, from the collection of raw materials to the delivery of finished goods.
We are the only worldwide network allowing its customers to interact with only one business partner, while maintaining the control over the entire production chain.

www.nipponexpress.com/ita
www.francovago.com
www.traconf.it

planet

Planet è un fornitore di soluzioni software, payment processing e tecnologiche per i clienti nei settori hospitality e retail in tutto il mondo tramite una rete globale di partner di servizi finanziari.
Planet aiuta i propri clienti e i partner a sfruttare al meglio la rivoluzione del connected commerce. I software e la tecnologia per i pagamenti di Planet consentono alle aziende di sfruttare i vantaggi di un mondo sempre più connesso e digitalizzato.
Dalla fondazione, oltre 35 anni fa, abbiamo evoluto i nostri servizi, offrendo un'innovativa piattaforma di digital commerce che mette l'esperienza del cliente al primo posto. Con headquarter a Londra e oltre 2.500 esperti in sei continenti, serviamo clienti in più di 120 mercati.

www.weareplanet.com



SHOPPING-LIVE

Shopping-Live è una startup nata dall'idea di Mauro Oliva, CEO di Alpac, società già nel mondo degli eventi, delle sfilate, delle grandi installazioni e general contractor nel settore retail. Ed è proprio sul fronte del retail che Shopping-Live rappresenta il punto di incontro tra reale e virtuale diventando così il primo marketplace di phygital shopping in cui l'intero iter di acquisto, dalla scelta al pagamento, si svolge in diretta e da remoto in qualunque luogo, a casa e non solo.
La sua rivoluzionaria tecnologia permette di entrare virtualmente negli store di tutto il mondo attraverso lo sguardo di un personal assistant che, indossando occhiali ad altissima risoluzione, potrà raccontare, consigliare e mostrare i prodotti presenti in negozio, guidando così l'acquisto ovunque ci si trovi.
Attraverso partnership trasversali che spaziano dal settore design al beauty, dal wine & food all'automotive, dal fashion al luxury jewels, Shopping-Live si sta sempre più affermando come nuova esperienza d'acquisto.

www.shopping-live.com

STELLANTIS
FLEET & BUSINESS SOLUTIONS

Stellantis è uno dei leader mondiali nella produzione di veicoli e nella fornitura di servizi di mobilità sostenibili, connessi e sicuri. La forza della nostra azienda è racchiusa nei nostri marchi iconici, nella diversità e nella passione dei nostri dipendenti, nel profondo legame con le comunità in cui operiamo. Le nostre ambiziose strategie di elettrificazione e software, oltre alla creazione di un innovativo sistema di partnership strategiche, guidano la nostra trasformazione in un'azienda tech di mobilità sostenibile.

t! temera

IoT & Digital Transformation

Temera nasce dalla volontà di creare un centro di eccellenza nello sviluppo di soluzioni di tracciabilità, basate su applicazioni innovative con l'utilizzo di tecnologie IoT (Rfid, Uhf, Nfc, blockchain) a servizio dei settori fashion & luxury, wine & spirits, lifestyle e beauty.

La forza della azienda nasce dalla specificità del proprio know how, acquisito in risposta a una marcata esigenza di tracciare l'intera supply chain.

I principali obiettivi sono da sempre quelli di semplificare la logistica aziendale e i processi produttivi, combattere la contraffazione, controllare il grey market, agevolare le dinamiche retail, fornendo esperienze sempre più pervasive e fidelizzanti all'acquirente. Temera è leader assoluto nel mercato delle soluzioni IoT nella industry del lusso. La vision sempre rivolta a soluzioni innovative, accompagnata da continui investimenti in R&D, consente di fornire servizi esclusivi. Facendo leva su esperienza, solidità e organizzazione, Temera è in grado di progettare, costruire e implementare soluzioni tecnologiche innovative, enterprise e scalabili.

Temera incrementa il valore del prodotto fisico, creandone la propria versione virtuale, il digital twin, in grado di raccontare una nuova storia. Il risultato è un nuovo marketing behaviour in grado di coinvolgere cliente e brand all'interno di un nuovo paradigma di comunicazione, offrendo la possibilità di accedere a una nuova dimensione di contenuti esclusivi, creati sia per l'esperienza in reale che per i nuovi mondi virtuali.

Fondata nel 2009, Temera ha la propria sede in Mugello, Toscana, e uffici a Milano, Londra, Parigi e New York.

www.temera.it

NOTES

NOTES

NOTES

BULGARELLI PRODUCTION
DOING WELL BY DOING GOOD
CARBON POSITIVE HANGTAG
MIX
Paper
FSC® C135045
FSC
L'INTERO IMPATTO DEL SUMMIT PAMBIANCO 2022
È STATO COMPENSATO DA BULGARELLI PRODUCTION
GRAZIE AI PROPRI CREDITI DI CARBONIO
Prima e unica azienda del settore ad aver raggiunto lo status di Carbon Positive
CARBON® POSITIVE HANGTAG
SOCIAL ACCOUNTABILITY SYSTEM CERTIFICATION
DNV·GL
SA 8000:2014
QUALITY SYSTEM CERTIFICATION
DNV·GL
ISO 9001:2015
FSC
ISO 14064-1
SGS
www.bulgarelliproduction.com

PAMBIANCO