06-08-2012

Pagina

1/2 Foglio

www.ecostampa.



Fashion Week di N.Y. Firenze Pitti Milano Parigi Roma Chi siamo Press Room Redazione Newsletter Arte e Mestiere CHI c'è di nuovo? Comunicare la moda Cultura e-book Eventi e notizie In breve Intervistiamo... Chi?

MO.D.A.A Saidi moda? Sposarsi Stile Trend Tutorial





Florilegio di news

di Sonia Sholzani | Rubrica In breve | lunedi, 6 agosto 2012 |

SE A SFILARE E' AMAZON



Jeff Bezos, l'inventore di Amazon (vendita di libri e dischi online) e poi di Kindle (la tavoletta elettronica che può contenere decine di volumi da leggere), ha annunciato che si lancerà anche nel commercio via Internet di moda di marca, sfidando direttamente le grandi catene e le case di moda. Non a caso ha voluto partecipare al mega-party per la mostra newyorkese "Le conversazioni impossibili Schiaparelli-Prada" al Metropolitan Museum of Art. Il mondo della moda trema, si dice, perché l'avvento di Amazon potrebbe cambiare in modo radicale gli equilibri di mercato, affossando il sistema di vendita tradizionale.

Non manca però chi vi coglie un fattore di ulteriore sviluppo, che farà lievitare enormemente il giro d'affari dell'intero settore. Finora i responsabili fashion di Amazon hanno siglato accordi con stilisti soprattutto americani, tra cui Michael Kors, Catherine Malandrino, Tracy Reese, Kate Spade, oltre che con l'inglese Vivienne Westwood. A quanto pare, Besoz intende volare alto superando le aspettative dei potenziali clienti; basti solo pensare che chi entrerà nello store virtuale potrà visionare i modelli in vendita a 360 gradi. Indossati da modelle come in passerella. Ementre il "genio" di Seattle pregusta lauti guadagni, tutte le analisi di mercato confermano un incremento in generale delle vendite sul Web. In effetti, ce ne eravamo accorti: già da qualche tempo brand come Burberry e Ralph Lauren hanno investito parecchio nel business online

IL FUTURO E' DEI "MAESTRI DEL FARE"

"Maestri del fare. Indagine socio-economica sulla domanda dei Mestieri d'arte a Miano" è una brillante ricerca condotta da Isabella Medicina e Silvia Mazzucotelli Salice, recentemente presentata a Milano dalla benemerita Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte e dalla storica Scuola Cova. Lo studio, pubblicato da Marsilio, è frutto di una serie di interviste dei maestri artigiani milanesi sulle specificità del loro lavoro, ed ha inteso rappresentare in un quadro unico la realtà d'eccellenza dell'area ambrosiana, con un focus particolare sull'evoluzione del rapporto tra mestieri d'arte e mercato del lavoro. Ne risulta uno scenario per molti versi confortante, non solo l'artigianato artistico non è scomparso, ma nel comparti del cosiddetto lusso, ad alta intensità di lavoro creativo, quali la moda, la giolelleria, il design, l'arredamento, comprensori di Milano e della Brianza hanno consolidato le loro posizioni di leadership nell'alto di gamma. Assieme alle luci, però, sono emerse alcune ombre: si rivela spesso arduo, infatti, far incontrare la Copertina del Libro "I maestri del richiesta di nuove professionalità da parte delle aziende con il bagaglio dei potenziali candidati che escono dalle scuole di formazione. Il punto



nodale è, allora, riuscire a "strutturare un percorso formativo che consenta la trasmissione del savoir-faire". per usare le parole di Franco Cologni. Alla notizia di questo libro si può pure collegare quanto emerso dalle rilevazioni della Fondazione Edison, che ha evidenziato come l'Italia sia al vertice mondiale per competitività e innovazione nei settori dell'abbigliamento e della pelletteria-calzature, malgrado la forte concorrenza straniera, grazie anche al lavoro manuale e artigianale delle sue straordinarie maestranze

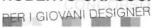
LUSSO MADE IN ITALY LA FILIERA PRIMA DI TUTTO

Dal 4° Luxury Summit del Sole-24 Ore, tenutosi il 26 Giugno scorso a Milano, è giunta la conferma della perdurante forte crescita del lusso anche in tempi di crisi. Secondo un'elaborazione del Boston Consulting Group, il mercato mondiale alto-di-gamma ha toccato nel 2011 i 1400 miliardi di dollari, di cui 350 sono rappresentati dalle supercar e 770 spaziano nelle cosiddette luxury experience. Esempi di queste ultime possono essere le aste d'arte contemporanea, i viaggi con guide personalizzate, gli abbonamenti a jet privati, le ville con maggiordomo e bagni in marmo pregiato, le suite con antichi affreschi affacciate sul Canal

12 utenti In linea

CONCORSO CAPUCCI PER GIOVANI DESIGNER

ROBERTO CAPUCCI



Concorso "Roberto Capucci per i giovani designer



Marinella Calzona

L'Associazione Moda e Modi (www modaemodi org) e la rivista on line IMORE (www.imore.it) lanciano un concorso per giovani designer che vede protagoniste le opere abiti scultura- []

TRANSLATE INTO ...

JavaScript is required to use GTranslate

L'ASSOCIAZIONE



La moda è più di un fenomeno effimero. La persona attraverso l'abito può dire di sé molto più di quanto appare

IN EVIDENZA

"Degrado ambientale" e non Smona Como Bersani

passano, i figli crescono, le mode cambiano, ma.... Quel che si credeva potesse migliorare nel frattempo. non sempre migliora. Non ci piace ripetere come un mantra le solite parole riguardo l'abbruttimento estetico che ad ogni estate si ripresenta, complice il caldo e il lassismo generale. Ma abbiamo il sentore che occorra ancor più [...]

PUBBLICITÀ

IMORE (WEB)

Data

06-08-2012

www.ecostampa.

Pagina

2/2 Foglio

Grande, lo chef "pluri-stellato" Michelin che realizza un menù a domicilio, ecc. L'aumento medio annuo di questa categoria di consumi è stato addirittura del 50% più rapido che nel segmento dei beni personali. Il BCG stima che fra il 2012 e il 2014 l'experiential luxury metterà a segno un balzo del 12% l'anno. Non è un caso, dunque, se il colosso Lvmh, numero uno al mondo, ha integrato il business classico nei marchi della moda, del beauty, del vini e degli champagne, della gioielleria e dell'orologeria (anche tramite l'acquisizione dell'italiana Bulgari), con gli hotel in franchising, capitalizzando l'immenso potenziale del settore ospitalità. Mentre nel mondo cambiano geografie, stili e idee di consumo, per la filiera italiana del tessile-abbigliamento (unica al mondo nel suo genere) diventa prioritario sostenere le aziende manifatturiere che soffrono maggiormente (in particolare quelle a monte della catena). Per salvaguardare il made in Italy Mario Boselli, Presidente della Camera della Moda, è arrivato persino ad auspicare "una svalutazione competitiva dell'euro sul dollaro".

TU QUOQUE VERSACE!



Orecchini Versace

Che ai big della moda piacesse sempre più "entrare in gioielleria" ce ne eravamo già accortí da qualche tempo. Ora é il turno di Versace varcare la soglia puntando direttamente all'haute joaillerie "su misura". E così il 1º luglio scorso, durante le sfilate parigine al Pitz's Salon Vendôme, ha avuto luogo il fatidico lancio della preziosa collezione che vuole essere la nuova espressione dell'Atelier fondato dal compianto Gianni (fu lui il primo a creare una sua linea di gioielli già nel 1994), con modelli raffinatissimi che accostano diverse gemme tra cui diamanti, smeraldi, zaffiri, ametiste, acquamarine, citrini, alcuni lavorati a mano dai migliori maestri orafi italiani. Questi gioielli della Medusa sono prodotti e venduti esclusivamente tramite appuntamenti privati, e non è

possibile riprodurne i disegni. "Da stilista e collezionista di gioielli - ha spiegato in occasione della presentazione la bionda Donatella Versace, anima creativa e vicepresidente del gruppo - ho sempre voluto garantire ai preziosi la medesima qualità artigianale offerta nella linea di moda. Ogni singolo anello della serie è un capolavoro". Ben sappiamo che dietro questa "attrazione fatale" delle griffe del lusso per la gioielleria vi è l'opportunità di diversificare il portafoglio di business conseguendo margini superiori di profitto e presidiando i mercati più ricchi ed esigenti in contesti internazionali più ampi.

Articoli correlati:

Gestire le imprese di moda

Parole di Moda

Mestieri d'Arte della Moda, Intervista a Franco Cologni.

Tags: 4' Luxury Summit del Sole-24 Ore, Amazon, Boston Consulting Group, Consumi, Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, Franco Cologni, gioielli Versace, Jeff Bezos, Iusso, Mario Bosell, Scuola Cova, Versace, "Maestri del fare. Indagine socio-economica sulla domanda dei Mestieri d'arte a Milano"

		A	U	C	0	M	M	Е	N	T	0

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website

Invia il commento

ARTICOLI RECENTI

Florilegio di news LOLITA e/o l'AMERICA Gemme cantanti

IMORE newsletter - 30 luglio 2012 Eventi mediatici per "sedurre" il mercato

NEWSLETTER

Riceverete la newsletter il 15 e il 30 di oani mese

Il tuo nome

La tua email

Iscrivimi

GLI ARTICOLI DELL'ULTIMO

Florilegio di news LOLITA e/ o l'AMERICA

Gemme cant ant i

IMORE newsletter - 30 luglio 2012 Eventi mediatici per "sedurre" il mercato

Chloe Sevigny, Miu Miu e l'arte di osare Giole di Famiglia in mostra

Un settore in evoluzione Atmosfera positiva al Fast Fashion Lille "Biancaneve e il Cacciatore": alla ricerca dei simboli del male e del brutto Autunno piene di sfumature nella

collazione di Jamal Taslagi Le spose di RomaFashion White L'incanto di Via Margutta degli anni '50 nella Collezione di Nino Lettieri

Un raduno all'insegna del bianco Virtuosismi cromatici per l'autunnoinverno di Tony Ward

Applausi a scena aperta per Curiel Couture

Apulian excellence

Le preziose collezioni di Roberto Coin Buona prova dei finalisti di WHO ISON NEXT?

Le "dame bianche" di Tim Burton Made in Scilv con amore Da Coveri sfila il buonumore I progetti Altaroma:: un percorso tra creatività e suggestioni romane Un nuovo corso per Ataroma?

La sai l'ultima? Trame di moda. Maglia in passerella

"Degrado ambientale".... e non solo. Tosca Spose: per fare un abito ci vuole un

Arte e famiglia: sono conciliabili?La risposta in una mostra a Roma di Claudia Lasenna

Onema al Castello