

Cambia la moda dei big brand Effetto domino sul distretto

Svolta. Burberry anticipa la produzione: capi nei negozi dopo le sfilate
Una rivoluzione anche per i comaschi: flussi di lavorazioni da riorganizzare



Lo stand a Milano Unica del gruppo tessile Limonta

MILANO

SERENA BRIVIO

«Vedi ora e compra subito». Il nuovo mantra lanciato da Burberry a margine delle passerelle newyorkesi ha scatenato un vivace dibattito anche tra gli stand di Milano Unica. In particolare fra i principali attori della filiera serica presenti al salone milanese, legati al prestigioso brand da storici e importanti contratti di fornitura.

Just in time

Quello che si profila all'orizzonte è un cambiamento ra-

Paolo Limonta, a capo dell'omonimo gruppo tessile-Chi è sopravvissuto alla drastica selezione della crisi ha sviluppato notevole flessibilità».

dicale innescato da internet e dalla conseguente richiesta just in time da parte del consumatore dei capi e degli accessori visti nelle sfilate, trasmesse ormai in diretta streaming dalla maggior parte dei big brand. Cogliendo questo input, Burberry ha bruciato i tempi annunciando al mondo che produrrà in anticipo la collezione per poterla venderla nei negozi subito dopo il défilé. Riuscirà il sistema a monte a sostenere questo cambio di marcia? «Si tratta di una vera e propria rivoluzione destinata inevitabilmente ad avere notevole im-

Standard di qualità

Anche secondo Limonta il trend lanciato da Burberry avrà un effetto domino. Già si sono allineati sulla stessa filosofia nomi del calibro di Tom Ford. «I primi a seguire questa strada saranno i gruppi che presentano insieme l'uomo e la donna - commenta Maurizio Ribotti, responsabile marketing e comunicazione di Canepa - La filiera sarà costretta a ripensare i flussi di lavoro per continuare ad assicurare alti standard di qualità e servizio. La concentrazione degli ordini può d'altra parte migliorare la programmazione e consentire economie di scala soprattutto nelle aziende che hanno al loro interno l'intero ciclo di produzione, o il controllo su maggior parte delle varie fasi».

patto sul distretto - dichiara Sergio Tamborini, ad del gruppo Ratti - Burberry rappresenta un fatturato importante per molte aziende comasche. Questa decisione imporrà una diversa programmazione industriale: oggi i tessuti vengono consegnati agli stilisti da due settimane fino al giorno prima della sfilata». Il manager ammette che il fenomeno potrebbe avvantaggiare le strutture più verticalizzate, rispetto a converter e terzisti. «Che oggi sono però diventati molto più reattivi - ribatte

La scheda

Moda e business Nuovo modello

La sfida dei top brand Produzione e fatturato

I grandi marchi del lusso, pioniere Burberry, hanno lanciato un trend rivoluzionario: produrre la collezione prima della sfilata per poterla vendere contemporaneamente all'evento nei negozi. Si tratta di una sfida epocale anche per la filiera comasca che dovrà adeguarsi a questo nuovo modello di business per mantenere contratti di fornitura che valgono decine di milioni di fatturato.