



Contatto stampa:  
Cecilia Biondi  
cecilia.biondi@editricetemi.com

Contatto marketing:  
Anna Dall'Osso  
anna.dalosso@editricetemi.com

## Supply chain nel mondo fashion: sostanza, non apparenza

**Monza, 21 ottobre 2010.** "Fast fashion". "On demand fashion". "Moda mordi e fuggi". Sono solo alcune delle definizioni che corrono sulla rete, per indicare un tipo di collezioni dal ritmo molto veloce, in grado di rinnovarsi continuamente nel corso dell'anno, di interpretare da vicino i gusti e le tendenze più recenti della clientela. E questi marchi non solo capiscono ciò che il grande pubblico vorrebbe davvero indossare, ma riescono anche a tenere viva la sua attenzione con la fantasia degli stilisti più giovani e innovativi, alternata all'inserimento spot di collezioni in serie limitatissime firmate dai nomi più blasonati. Il tutto a prezzi accessibili, il che significa vendite di massa e numeri da capogiro. Quanto è cambiato, il mondo della moda. E quanto questa evoluzione provoca cambiamenti a monte, cioè laddove gli abiti vengono concepiti, creati, organizzati per raggiungere tutte le vetrine del mondo. Qui, in tutto ciò che va sotto il nome di "supply chain", dove centinaia di persone lavorano per la fashion industry, le nuove tendenze si fanno vedere in modo ancora più palese. Ed è questo l'argomento che si vuole affrontare durante Trace.ID Fashion, l'evento dedicato all'industria e alla supply chain della moda in preparazione a Milano, l'11 novembre 2010.

Si pensi infatti che queste nuove firme possono avere un lead time, dal disegno allo scaffale del negozio, di poche settimane. E questo certamente significa assoluta velocità nella supply chain. Ma non è questa l'unica linea di sviluppo del mondo della moda. Cioè non per tutti un lead time così estremizzato rappresenta un obiettivo. L'ultimo grido non ha reso meno interessante il grido precedente, ovvero tutto quel mondo di firme italiane che fanno impazzire il mondo, le quali possono aver sì mutuato dai brand più giovani qualche idea nuova, ma nella bellezza e nella desiderabilità dei loro manufatti, e spesso proprio nei loro numeri limitati a prezzi inaccessibili, hanno il loro trionfo sul mercato. Da notare però che problematiche diverse possono portare alla stessa esigenza di controllo della supply chain, di gestione ottimizzata e di utilizzo di tecnologie affidabili per enfatizzare non tanto gli aspetti connessi alla velocità, quanto piuttosto quelli legati alla precisione, alla protezione, all'autenticità dei capi, che nell'unicità hanno la propria ragion d'essere principale.

Va a finire che la tecnologia ha molto da dire sull'uno e sull'altro fronte, soprattutto se si tratta di tecnologia che fornisce mezzi di identificazione certo e inviolabile, o mezzi di identificazione veloci e automatizzati. Ma che cosa fare? Su quali processi? Con quali soluzioni? In collaborazione con altri attori della filiera, o in prima persona? E quali installazioni possono fungere da esempio in questo senso? Sono tutte domande alle quali il convegno Trace.ID Fashion intende dare elementi importanti per rispondere.

Dal lato sponsor, varie aziende di primo piano hanno già confermato la propria presenza: si tratta infatti di **Accenture, CadicaGroup, Dürkopp Fördertechnik, GEP Informatica, Id-Solutions, Imprima, Itworks, Mod Security, Seltris, Softwork, ToolsGroup.**

Per tutti i prossimi dettagli, rimandiamo al programma, che verrà arricchito man mano sul sito dedicato [www.trace-id.eu](http://www.trace-id.eu).

Il format è quello del convegno con esposizione, con i seguenti orari: dalle ore 9.00 (registrazione) alle ore 17.30. Per informazioni, contattare Editrice TeMi allo 039 2302398, o inviare una mail a [marketing@editricetemi.com](mailto:marketing@editricetemi.com), o consultare il sito [www.trace-id.eu](http://www.trace-id.eu).

### **Editrice TeMi**

Con sede a Monza (MI), Editrice TeMi pubblica le testate DATACollection ([www.datacollection.eu](http://www.datacollection.eu)), dedicata all'identificazione automatica, alla tracciabilità e alla mobilità professionale e da dieci anni presente anche in Francia e Spagna, e Logistica Management ([www.logisticamanagement.it](http://www.logisticamanagement.it)), la rivista di riferimento in Italia nel supply chain

management, organo ufficiale di Ailog. È attiva nel mondo degli eventi di settore con gli appuntamenti delle serie Trace.ID (tracciabilità e ottimizzazione dei processi) e Voice.ID (opportunità applicative per le tecnologie di riconoscimento vocale). A complemento della carta stampata e degli incontri professionali, gestisce la web TV [www.temichannel.com](http://www.temichannel.com) e offre servizi di web marketing per garantire una comunicazione completa e in tempo reale al mercato.

Editrice TeMi, Via Italia 39 Monza (MI), tel. 039-2302398, fax 039-2302383, [press@editricetemi.com](mailto:press@editricetemi.com)