

MFGS 2019 nel segno delle next generations

LINK: <https://www.milanofinanza.it/news/mfgs-2019-nel-segno-delle-next-generations-201910222005172908>



Mff - Numero 209 pag. 1 del 23/10/2019 MFGS 2019 nel segno delle next generations La 18ª edizione del Milano Fashion Global Summit ha dedicato la sua seconda giornata ai nuovi consumatori. Tra generazione Z, business digitale, economia circolare e big data di Fabio Gibellino 0 Voti Un'immagine del MFGS 2019 La seconda giornata del MFGS-Milano Fashion Global Summit 2019, evento organizzato da Class Editori assieme a BofA-Bank of America Merrill Lynch con il supporto di The Wall street journal e il patrocinio del Comune di Milano, avvalendosi della partnership istituzionale con Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, ha portato in scena sul palcoscenico degli Ibm studios di Milano il futuro della moda. Un domani fatto di big data e new generations, dove i protagonisti non sono più solo griffe e creatività, ma anche i consumatori, sempre più protagonisti. Paolo Panerai, editor in

chief & ceo di Class editori, nell'aprire i lavori della seconda giornata del summit, giunto alla sua 18ª edizione, ha spiegato come il presente della moda «non è mai stato così rivoluzionario e così veloce, tanto che è difficile tenerne il passo». Fotografando così un'attualità che deve tenere conto, «dei nuovi consumatori, dell'economia circolare e dei big data, che danno la possibilità di predire quel che succederà». Fondamenti del nuovo mondo che però, ha continuato il ceo di Class Editori, «spero consentano alla moda di conservare il suo lato umano». Concetto sostenuto e ribadito da Carlo Capasa, presidente di Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, quando ha sostenuto: «La moda è un'industria a elevata imprevedibilità, quindi i big data non devono togliere sensibilità, non possono sostituire creativi». Pur riconoscendone l'utilità, «non possiamo fare a meno dei big data, perché ci avvicinano al mercato e

razionalizzano i processi di filiera». Una necessità che oggi va al di là delle pur necessarie esigenze di bilancio, perché oggi, come ha spiegato Fabio Fusco, managing director di Bank of America Merrill Lynch: «Le nuove generazioni chiedono alle aziende un modo di agire più responsabile, e le generazioni Y e Z sono quelle che per le ricerche rappresenteranno il 50% dei consumatori entro il 2025». A seguire, in collegamento da Roma, Giambattista Valli ha raccontato la sua visione, che va al di là del concetto stagionale della moda mentre, tornati in sala, Massimo Piombini, ceo di Balmain, ha spiegato come governare la disruption attraverso la figura dello stilista Olivier Rousteing. Fabio Fusco, managing director di Bofa-Bank of America Merrill Lynch, Federica Levato, partner di Bain&Co, Andrea Baldo, ceo di Ganni, Andrea Grilli, ceo di Off-White hanno guardato alla generazione Z, mentre lo streetwear di

lusso è stato fotografato da Francesco Ragazzi, fondatore di Palm Angels. E ancora, circular fashion e sharing economy, sono state spiegate da Catia Cesari, partner di Tau investment management, Emmanuelle Brizay, co-fondatore di Panoply City, Maria Raga, ceo di Depop, Maria Giovanna Sandrini, brand & corporate communication manager di Aquafil. I New business models sono stati invece individuati da Vigga Svensson, ceo di Vigga e co-fondatore di Continued, e da Alessandro Varisco, ceo di Twinset. Carlo Maria Ferro, presidente di Ice, ha puntualizzato invece lo stato dell'arte sulla capacità d'esportazione del sistema Italia, mentre il futuro dei big data ha coinvolto JuliAnn Burkhardt, director di Bank of America Merrill Lynch, Antoine Auvinet, omnichannel & client director di Celine, Ross Bailey, ceo di Appear Here, e Francesca Tranquilli, president online flagship stores, Ynap. La forza della finanza ha visto in scena le doppie coppie, Margherita Missoni, creative director di M Missoni, e Maurizio Tamagnini, ceo Fsi, che ha investito nello storico marchio italiano, e Alice Carli e Nicolò Beretta per L'Autre Chose - Giannico. Quindi il design per i nativi digitali di Massimo

Giorgetti, creative director di Msgm, e il momento di formazione di Paola Cillo, associate professor di Sda Bocconi, Roberto D'Incau, head hunter & Iulm visiting professor, e Andrea Lupo Lanzara, deputy chairman di Accademia costume & moda. Giangiacomo Corno, deputy chairman di Triboo group, Andrea Scarano, country manager di Veepee Italia, Francesco Tombolini, presidente di Camera Buyer Italia e Giuliano Calza, fondatore di Gcds, hanno raccontato la trasformazione digitale. Mentre a chiudere è stata la volta di Chiara Ferragni, ceo di The blonde salad che ha raccontato il grande fenomeno legato alla sua attività di imprenditrice digitale. (riproduzione riservata)