



NEWSLETTER ABBONAMENTI INFORMAZIONI MEDIA CONTATTI ENGLISH

fashionmagazine.it

Sei qui: Home page > News > Eventi > Convegno Assomoda: «La forza dirompente del digital trasforma anche la figura dell'agente»

NEWS MODA RETAIL PEOPLE AGENZIE TIMING SALONI JOBS

CERCA

BILANCI FINANZA AZIENDE PERSONE DISTRIBUZIONE SALONI EVENTI MODA MERCATO

TIMING

Clicca sul giorno:

<	novembre 2016											>
lu	ma	me	gi	ve	sa	do						
31	1	2	3	4	5	6						
7	8	9	10	11	12	13						
14	15	16	17	18	19	20						
21	22	23	24	25	26	27						
28	29	30	1	2	3	4						
5	6	7	8	9	10	11						

Vedi i prossimi appuntamenti:

CONFERENZE STAMPA

CONVEGNI

EVENTI

MOSTRE / VERNISSAGE

PRESENTAZIONI

PRESS DAY

SFILATE

OPENING

[Vedi tutti gli appuntamenti](#)

SALONI

I prossimi 10 saloni

Texworld USANew York
23 gen 2016 - 25 gen 2017**IFFT Interiorlifestyle Living**Tokyo
07 - 09 nov 2016**Fashion World Tokyo**Tokyo
07 - 09 nov 2016**MarediModa**Cannes
08 - 10 nov 2016**Salone dei Pagamenti -****Payvolution**
Milano
09 - 11 nov 2016**Chibimart**Milano
11 - 14 nov 2016**Jitac**Tokyo
14 - 16 nov 2016**International Textile Fair Dubai**Dubai
14 - 15 nov 2016**Cosmoprof Asia Hong Kong**Hong Kong
15 - 18 nov 2016**Mapic**Cannes
16 - 18 nov 2016

A MILANO lunedì 7 novembre 2016

Convegno Assomoda: «La forza dirompente del digital trasforma anche la figura dell'agente»



Nell'era in cui è il "consumatore" (termine coniato da **Francesco Morace** di **Future Concept Lab**) a dettare legge, il mantra per gli agenti della moda non è semplicemente vendere, ma informare e fidelizzare: se ne è parlato stamattina, 7 novembre, durante il convegno nazionale di **Assomoda** a Milano.

Un evento diviso in due parti, con una relazione di **Vladimiro Bubba** di **Dimark** a fare da punto di raccordo tra l'una e l'altra: nel primo talk show protagonisti sono stati perlopiù personaggi istituzionali, tra cui il presidente di **Smi Claudio Marenzi** e quello di **Assomoda Giulio di Sabato**, mentre nel secondo si sono seduti al tavolo dei relatori **Lucio Mistri** (titolare di **Scorpion Bay**), **Massimo Costa** (segretario generale di **Assotemporary**), **Franco Pizzo** di **Wivian's Factory**, **Luca Sburlati** di **Pattern** e **Pierpaolo Porro** di **Moda&Sport Piemonte**. Nel ruolo di moderatore **Marc Sondermann**, direttore e ceo di **Fashion**.

Come ha fatto notare **Maurizio Governa** (numero uno di **Moda&Sport Lombardia**) nel suo intervento introduttivo, «le regole degli agenti di moda sono tre: vendere, vendere, vendere. Ma ci poniamo una domanda: a chi?».

«Infatti - ha proseguito - il nostro campo d'azione sembra restringersi sempre più, alla luce di alcuni fattori: il calo delle boutique tradizionali, la crescita sul nostro territorio delle catene nazionali e internazionali, lo sviluppo dei monomarca, ma anche dei temporary shop, gestiti direttamente dalle aziende, il fenomeno degli outlet offline e online e, a proposito di web, la diffusione dell'e-commerce, che solo in parte viene affrontato con la formula del multimarca».

Un quadro sfidante, «dove i cambiamenti devono essere letti tuttavia anche come opportunità per chi ha inventiva, grinta e voglia di emergere in un momento di selezione implacabile» ha detto Sondermann.

«Assistiamo a un accorciamento della filiera - ha osservato Marenzi - dominata da grandi player come **H&M** o **Zara** e da processi internazionalizzati. Su cosa dobbiamo puntare? Secondo me sulla forza delle piccole realtà che in Italia non mancano: anche nell'epoca dell'industria 4.0, bisogna lavorare sulle nicchie e l'agente è una figura chiave per trasmetterne il valore aggiunto, in sinergia con il dettagliante».

Se competere diventerà più difficile, il flusso di informazioni tra gli addetti ai lavori «sarà semplificato dai nuovi strumenti tecnologici - ha puntualizzato Giulio di Sabato -. Saremo tutti interconnessi e avremo più dati sul consumatore, che frequenterà punti vendita non monocordi, ma pensati all'insegna della multisensorialità».

Il termine "informazione" è tornato alla ribalta nello speech di **Roberto Liscia**, presidente del **Consorzio Netcomm**, convinto del fatto che «gli agenti da intermediari

Sfilate in diretta

Vedi le [passerelle in tempo reale](#).

Iscriviti alla newsletter

Vuoi ricevere la nostra newsletter quotidiana direttamente nella tua casella di posta? Compila il form che trovi [qui](#).



Sfogliabili



PARTNER



Abbonati subito

Per sottoscrivere l'abbonamento a Fashion, clicca [qui](#).



Fashion Icons

Sfoglialo l'ultimo numero di [Fashion Icons](#).



[Vedi tutti i saloni](#)

diventano veicolatori dell'informazione giusta, veicolata attraverso lo store al consumatore finale.

Quest'ultimo sa tutto, conosce tutto ed è questa la vera rivoluzione: occorre essere in grado di facilitare i suoi meccanismi di acquisto, prima ancora che concentrarsi sulla vendita pura e semplice. «Teniamo presente - dice Liscia - che nel mondo 42 miliardi di euro vengono fatturati con l'e-commerce e che la moda occupa una fetta consistente di questa enorme cifra».

Dal suo osservatorio privilegiato sul mondo dello sport, **Luca Businaro** (al vertice di Assosport) ha delineato la figura di un agente multitasking: artefice di una "evangelizzazione" per la parte a valle della filiera ma anche merchandiser, consulente, gestore di shop in shop all'interno degli store e capace di cogliere dai dati, sia aziendali sia relativi al consumatore, le coordinate di uno scenario in progress.

«Il digitale - ha chiosato **Andrea Colzani**, presidente dei **Giovani Imprenditori di Concommercio** - può essere allora visto come un mezzo per comunicare in modo differente e completo quello che già eravamo portati a comunicare. Informare è la base, consigliare e avere le competenze per gestire il cambiamento è la vera sfida».

a.b.

[Invia e-mail](#)

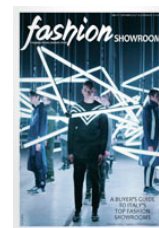
Fashion Fairs

Sfoglia l'ultimo numero di [Fashion Fairs](#).



Fashion Showroom

Sfoglia l'ultimo numero di [Fashion Showroom](#).



Fashion Expo

Sfoglia la [nuova guida Fashion Expo](#).



IG SALONI

ABBONAMENTI

INFORMAZIONI MEDIA

ENGLISH

INFORMATIVA

Edizione settembre 2015 - 1000 copie - 1000 copie
Reg. Impr. MI N. 305820 - cap. soc. i.v. € 400.000,00
tel. 02 806.20.1 - fashion@fashionmagazine.it

Creazione sito internet: E-Motion Web