

SMART BOX

analisi e strumenti per
affrontare il nuovo futuro

WEBINAR GRATUITI

A cura di Imprenditore Smart



WWW.IMPRENDITORES.MART.IT



Moda, il coraggio di mettersi in discussione. Il futuro del fashion dopo il Covid-19.

Coordina **Michele Romano**

VLADIMIRO JR. BUBBA

CEO DIMARK s.r.l.

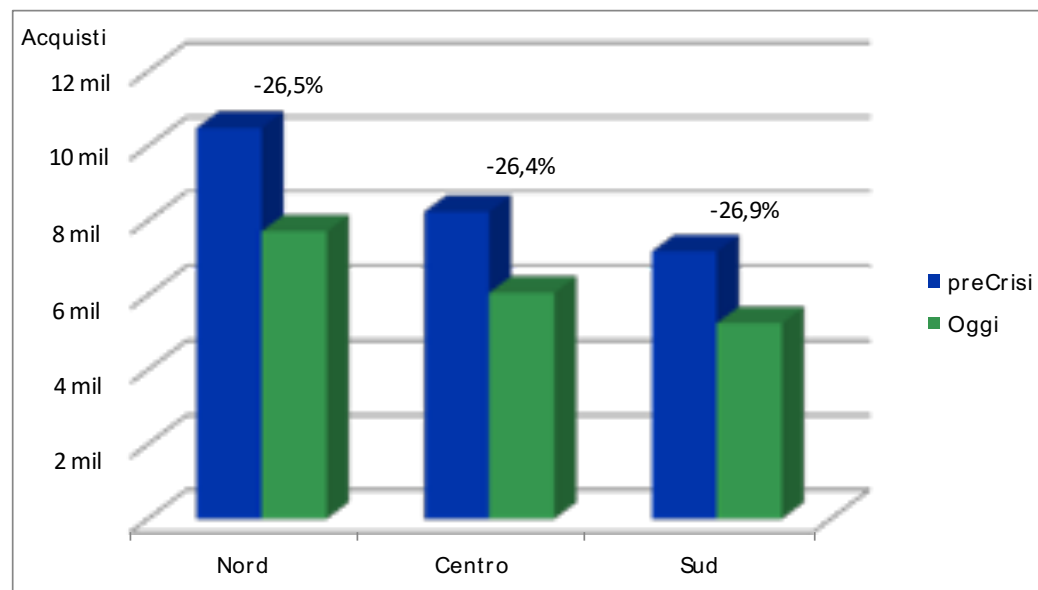


*Da 25 anni nel mondo dei servizi per le industrie della **Moda** ha maturato esperienza sia nei **servizi per la gestione del credito**, sia nel **trade marketing**.*

*Nel 2008 ha fondato la **DIMARK s.r.l.** che si occupa di trade marketing nel settore moda/sport.*

Variazioni mercato per zona

Zona	preCrisi				Oggi				Variazione	
	P.Vend	(%)	Acquisti	(%)	P.Vend	(%)	Acquisti	(%)	P.Vend (%)	Acquisti (%)
Nord	26.789	34,4	10.491.278.441	40,5	19.709	34,8	7.711.477.108	40,5	-26,4	-26,5
Centro	25.417	32,7	8.239.378.205	31,8	18.405	32,5	6.064.711.447	31,9	-27,6	-26,4
Sub	25.556	32,9	7.175.429.946	27,7	18.547	32,7	5.248.406.347	27,6	-27,4	-26,9
Totale	77.762	100	25.906.086.592	100	56.661	100	19.024.594.902	100	-27,1	-26,6



Variazioni mercato per tipologia

Tipologia	preCrisi				Oggi				Variazione	
	P.Vend	(%)	Acquisti	(%)	P.Vend	(%)	Acquisti	(%)	P.Vend (%)	Acquisti (%)
Bambino Specializzati	8.674	11,2	1.510.626.050	5,8	5.362	9,5	929.152.338	4,9	-38,2	-38,5
Intimo	4.255	5,5	640.820.081	2,5	2.958	5,2	440.993.297	2,3	-30,5	-31,2
Abbigliamento	44.269	56,9	14.939.077.937	57,7	32.986	58,2	10.414.626.153	54,7	-25,5	-30,3
Accessori Borse	2.773	3,6	609.228.819	2,4	2.099	3,7	465.037.021	2,4	-24,3	-23,7
Calzature Specializzati	11.550	14,9	5.080.402.841	19,6	8.689	15,3	4.042.810.746	21,3	-24,8	-20,4
Art.Sportivi	6.241	8,0	3.125.930.864	12,1	4.567	8,1	2.731.975.347	14,4	-26,8	-12,6
Totale	77.762	100	25.906.086.592	100	56.661	100	19.024.594.902	100	-27,1	-26,6

Best practices

- **Servizi :**

maggior interazione tra fornitore e negoziante con particolare riferimento alla valutazione dei dati di sell-out, customer satisfaction e conseguenti accordi per resi e/o contributi saldi.

- **Distribuzione :**

le catene multimarca hanno aumentato la loro forza sul territorio, con prevalenza nello sport, lusso e moda mass market.

- **Strategie di prodotto :**

brand extension moda donna, è stato premiante per i brands di abbigliamento ampliare l'offerta nelle calzature, borse, beachwear, moda bimba.

Riguardo l'ultimo punto "strategie di prodotto", tale strategia ha cagionato ulteriore danno oltre la contrazione dei consumi, alle imprese specializzate di calzature e borse.