



PHILOSOPHY DI ALBERTA FERRETTI



PRESS



FALL-WINTER 2009/2010  
FASHION SHOW PHOTOS



PREVIEW  
SPRING-SUMMER 2010

## Il web e la moda...

# Rapporto moda web



**Diffidenza e incomprensione**



**Target non fashion...**



**Modalità comunicazione moda**






- sfilate
- pubbliche relazioni
- pubblicità tabellare
- redazionali









**New economy e sboom**

- Boo.com, E-luxury, Luxgallery

# Evoluzione

-  **Evoluzione piattaforma tecnologica**
-  **Crescita numero utenti**
-  **Aumento velocità connessione**
-  **Evoluzione pagamenti on line**
-  **Crescita web shopping experience**

# Nascita fornitori specializzati

-  **Logistica**
-  **Tecnologia**
-  **Marketing**
-  **Project management**
-  **Know how retail on line**
-  **Comunicazione on line**



# Case history di successo

 **Multibrand: [netaporter.com](http://netaporter.com)**

 **Monobrand: [marni.com](http://marni.com)**

 **Outlet: [yoox.com](http://yoox.com)**

Welcome, you are in **Italy**

[Home](#) | [Sign in](#) | [Email updates](#) | [Shopping bag](#)  **(Empty)**

NET-A-PORTER.COM

WHAT'S NEW

DESIGNERS

BOUTIQUES

CLOTHING

LINGERIE

BAGS

SHOES

ACCESSORIES

MAGAZINE

VIDEO

THE WORLD'S PREMIER ONLINE LUXURY FASHION DESTINATION



# fABULOUS ORTIES

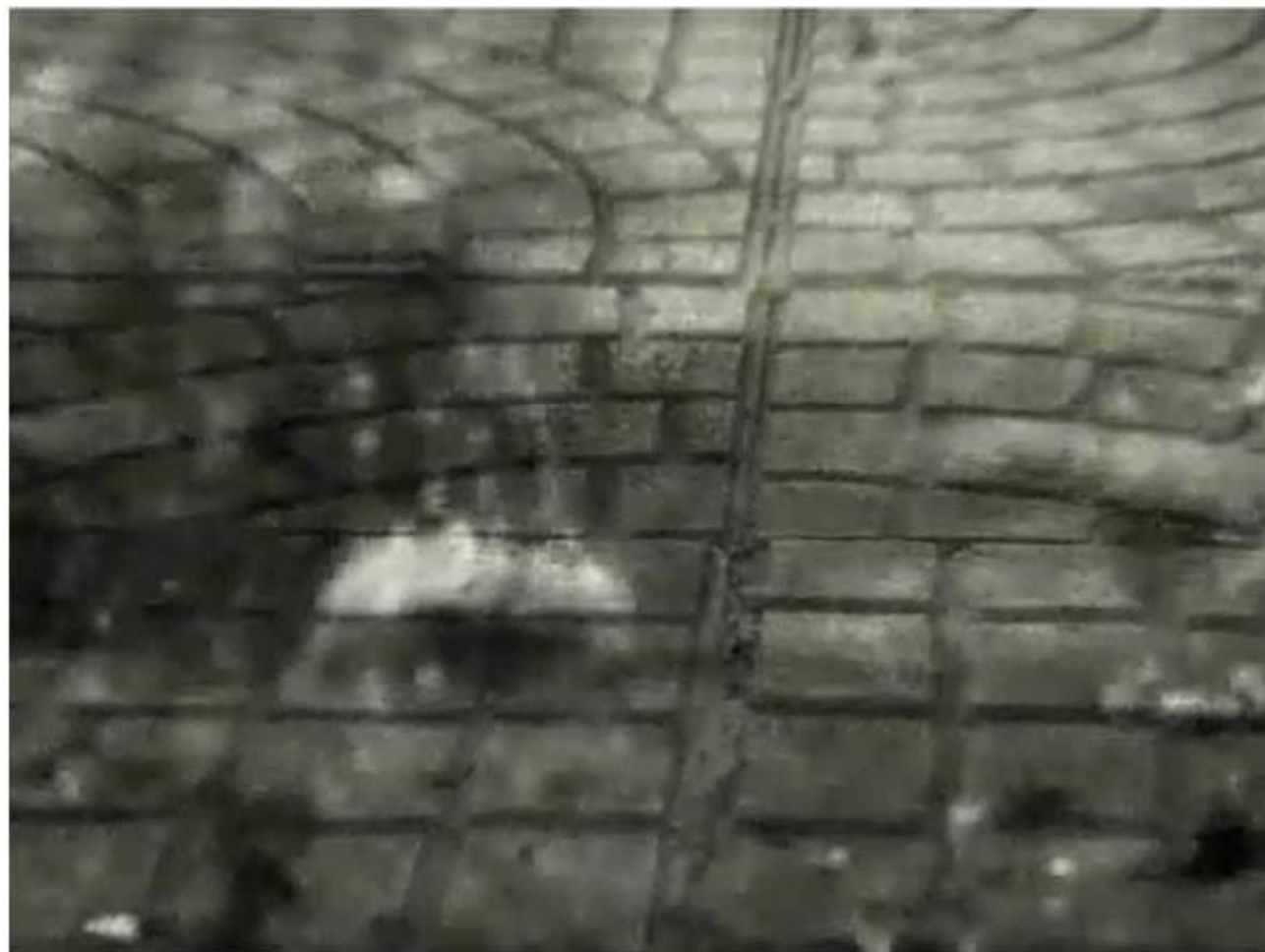
*Give classic looks a 21st-century spin*

THE EDITORS'  
TOP 10s



SMYTHSON  
HAS ARRIVED







**TOP DESIGNER**

- ARMANI
- CHLOE'
- DIESEL
- DOLCE & GABBANA
- DSQUARED2
- JEAN PAUL GAULTIER
- MAISON MARTIN MARGIELA
- MARC JACOBS
- PRADA
- TOD'S

[> LISTA COMPLETA](#)

**TOP CATEGORIE**

- BORSE
- CALZATURE
- CAMICIE
- CAPISPALLA
- GONNE
- INTIMO
- MAGLIERIA
- PANTALONI
- TOPWEAR
- VESTITI

[> LISTA COMPLETA](#)



**MYOOX** **ACQUISTO VELOCE, ANTEPRIMA NUOVI PRODOTTI, SERVIZI E PRIVILEGI ESCLUSIVI**  
 Registrati per usufruire di tutti i vantaggi

Scopri per primo le novità: iscriviti a YOOXNEWS  Inserisci la tua e-mail [>](#)

**the new yooxer**

**YOOX.COM & FIT**  
**Glamour & Beauty**

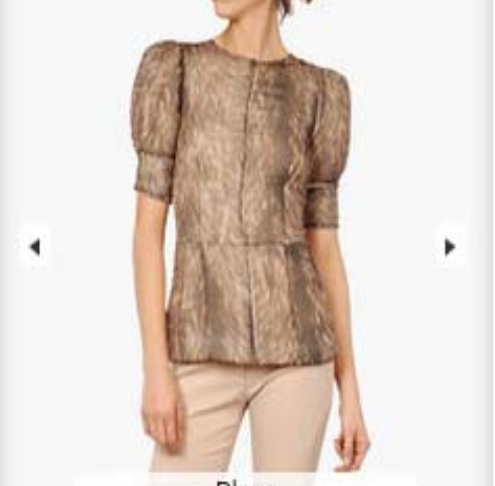
Scopri la selezione vintage American Glamour e la mostra American Beauty [shop & read >](#)

**ALBINO**  
 The Bow Collection

**INSIDE UNDERCOVER**  
 Intervista Esclusiva

**TECHNOGYM**  
 Wellness Tools

**DOLCE & GABBANA**



Blusa  
 EUR 650,00



# Evoluzione moda web



Invecchiamento target e necessità di rivolgersi al target “nativi digitali”



Web 2.0 ed evoluzione della comunicazione

- Interazione
- Empatia
- Collaborazione
- Velocità



Forte sviluppo vendite on line di prodotti fashion

# PAMBIANCO<sup>1</sup> week

Numeri, Fatti e Protagonisti della Moda e del Lusso

N° 7/IV - 31 Marzo 2008 - QUINDICINALE - 5 Euro

All'interno  
**Casa & Design**



**Internet:  
è scoccata l'ora della Moda**

# Google™

La Moda nell'era digitale





# Internet il nuovo mass medium

- 24 milioni di persone in Italia navigano ogni mese
- Il 49% delle famiglie ha una connessione a banda larga


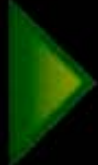



# L'Ascesa di Internet è inarrestabile

- Internet è già il terzo mezzo di comunicazione per tempo di fruizione (ore/settimana)



# Internet e la Moda: le possibilità

- **Informazione**  Internet per presentare le collezioni, i lanci di prodotto o l'apertura di nuovi store
- **Vendite**  Promuovere acquisti online e/o guidare gli utenti al punto vendita off-line
- **Engagement**  Una modalità di comunicazione per posizionare il brand e creare empatia con i propri consumatori

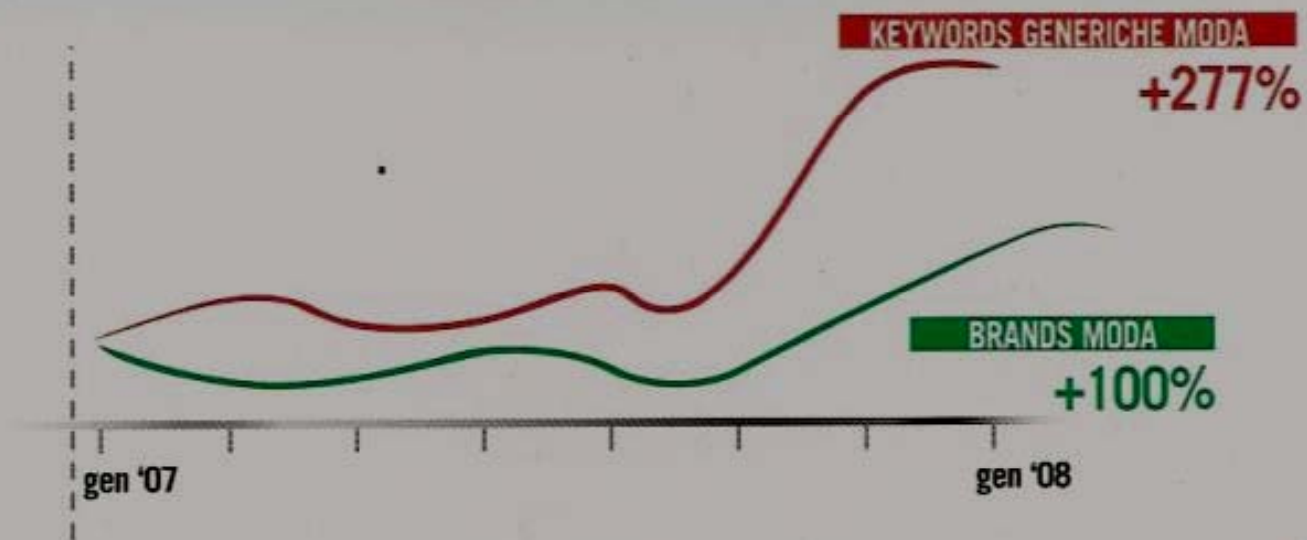


# Forte Crescita delle ricerche moda online

- La domanda online di info-commerce moda continua a crescere



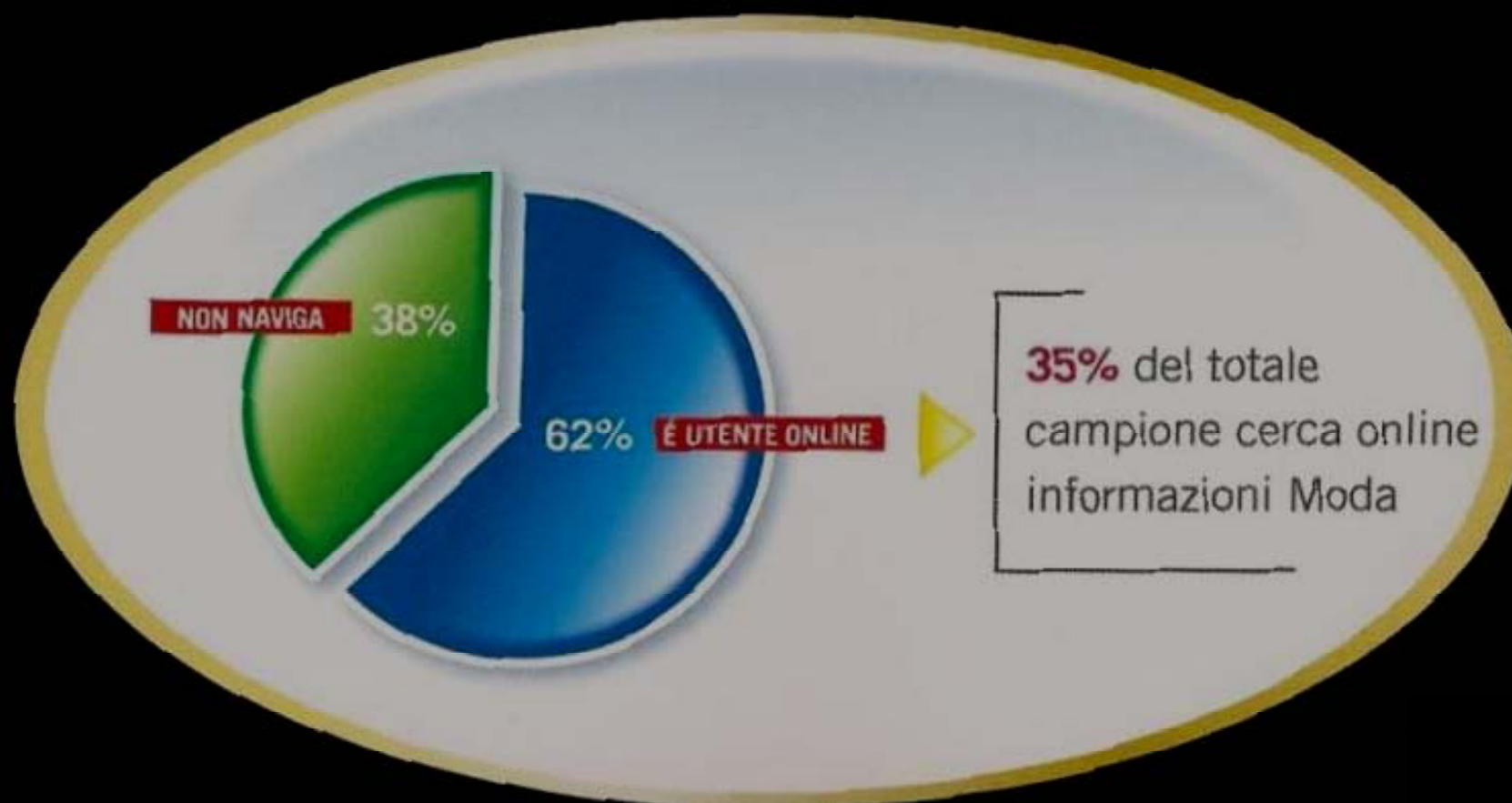
FASHION



Fonte: Elaborazione di dati interni Google

## Rapporto con il Web Gli utilizzatori

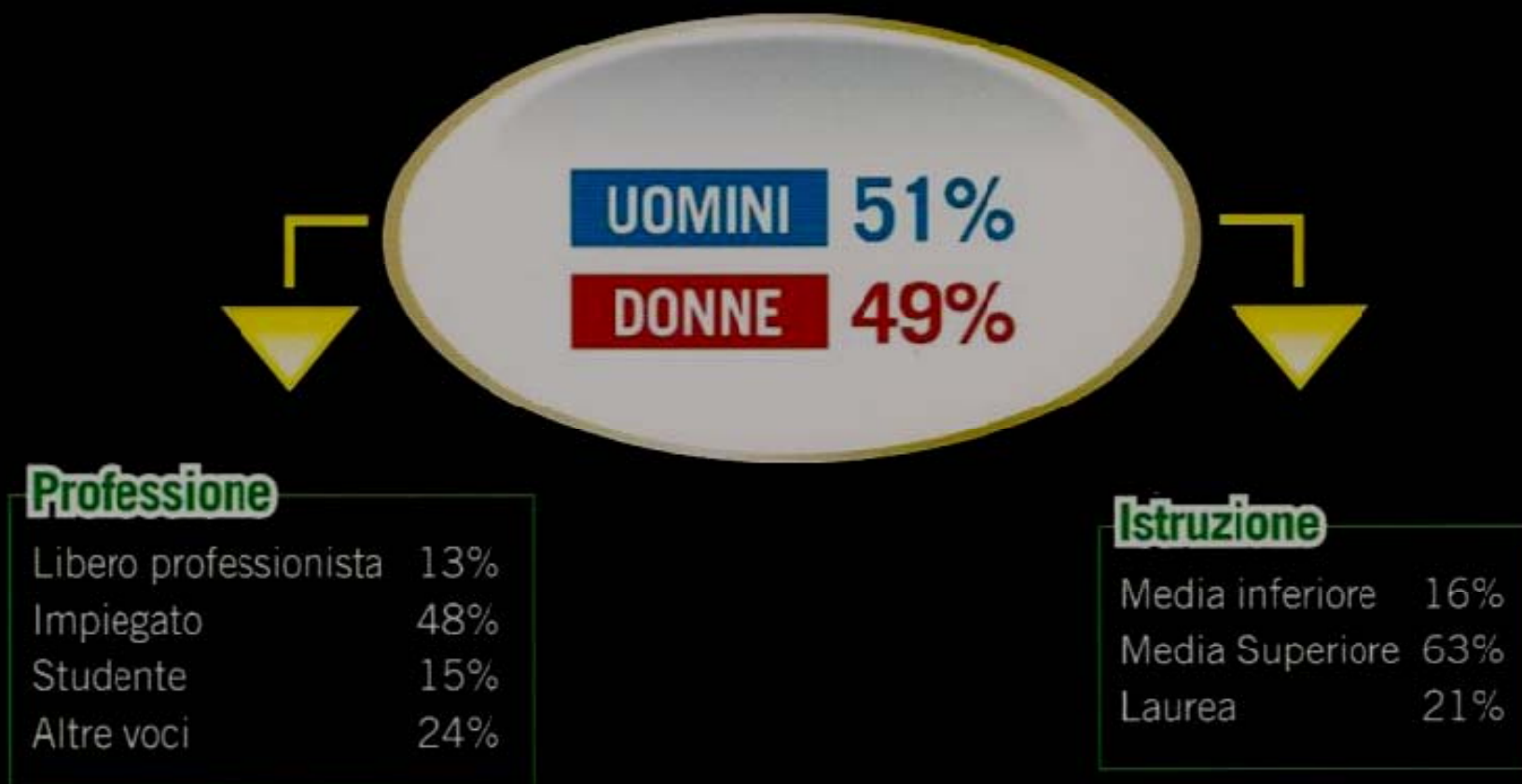
- 2 consumatori su 3 in Italia sono navigatori online frequenti, 1 su 3 cerca informazioni moda





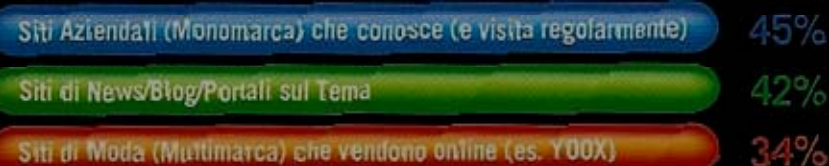
## Profilo socio demografico degli users

- 35% del totale campione cerca online informazioni moda



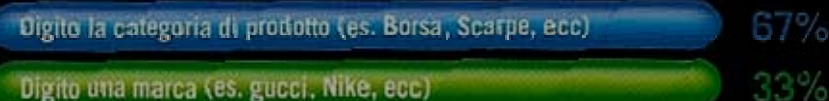
## Siti Moda visitati nella ricerca

- Gli Italiani cercano a 360° su tutti i tipi di siti



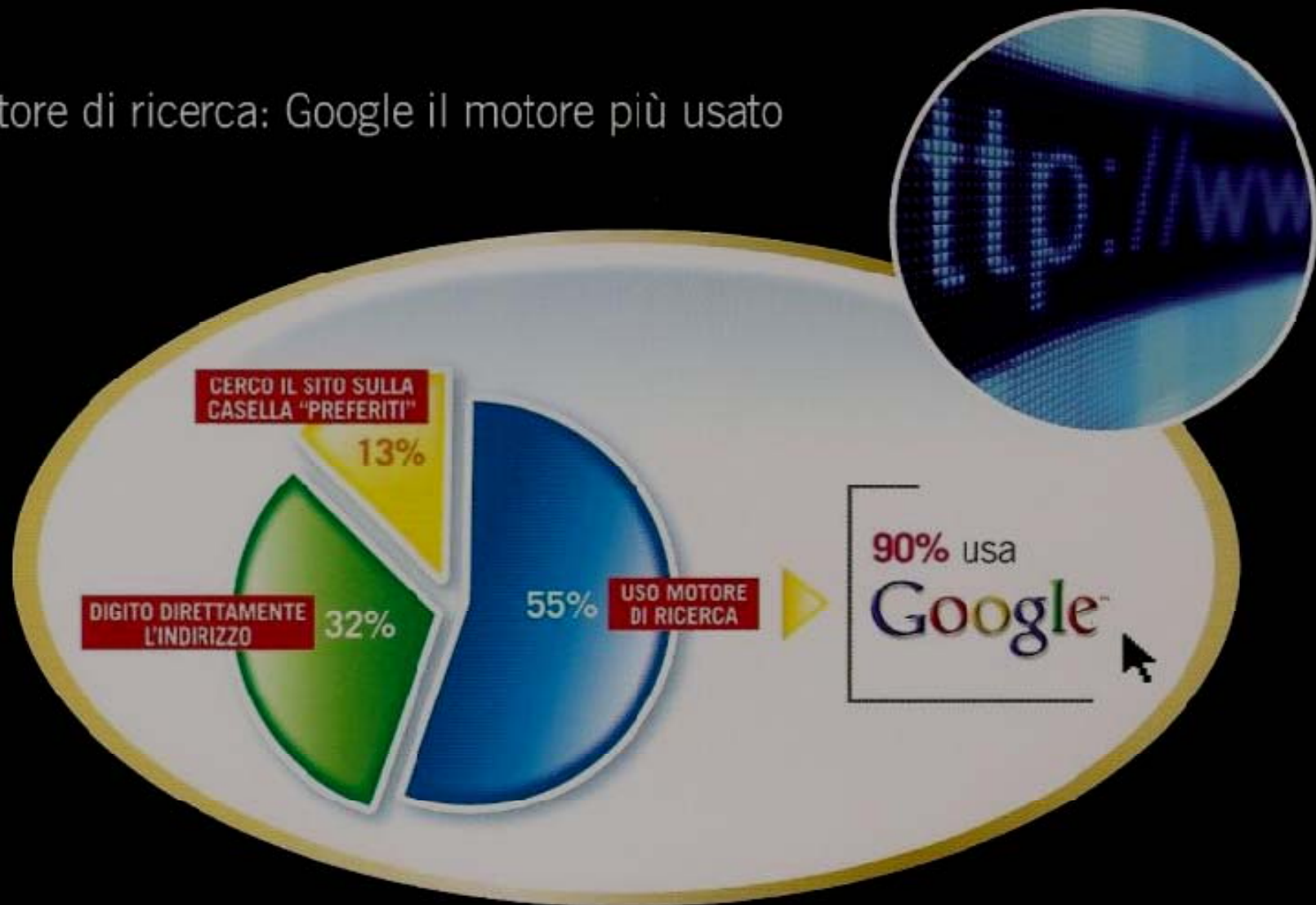
- Le parole chiave più usate nelle ricerche del settore moda: calzature 33% • abbigliamento 30% • maglieria 21%

- Gli Italiani “esploratori”: non cercano la marca ma il prodotto



# Dove nasce la ricerca

- Il motore di ricerca: Google il motore più usato



## Dalla Vetrina alla vendita

- In Italia la ricerca di informazioni è molto approfondita (prezzi, informazioni sui prodotti, nuove collezioni, etc...)





## L'Online influenza le vendite offline

- In Italia il 25% degli utenti online dichiara di comprare "sempre/spesso" prodotti di moda in negozio dopo averli cercati online
- Il 56% ha compiuto almeno un acquisto online negli ultimi 12 mesi
- In Italia il 21% degli utenti online dichiara di acquistare sul web "spesso/sempre" articoli moda



# Evoluzione moda web



Creazione all'interno delle aziende delle divisioni "interactive"



Nascita del concetto di virtual boutique

- Stessi codici dell'off line
- Strumento mediatico che consente di dare una rappresentazione
- Strumento per rispondere alla crisi dei consumi
- Investimento flessibile e contenuto
- Strumento per raccogliere feedback dal canale on line