

*La Digital Competitive Map, strumento unico per valutare il posizionamento digitale dei brand, viene applicata per la prima volta al mondo del Contemporary Fashion.*

## I brand italiani del Contemporary Fashion parlano digitale Spiccano Pinko, Furla e Patrizia Pepe

*Una ricerca di Netcomm e Contactlab ha analizzato le performance di 19 marchi italiani evidenziando la capacità di offrire significative esperienze di navigazione, l'efficace uso dei social anche per attività di acquisto ed engagement, nonché il livello di presidio online dei principali Paesi in Europa, USA e Russia.*

*Da migliorare invece la capacità di espandersi fuori dai confini europei - in particolare nel mercato cinese - lo Style Advisory, l'offerta di servizi cross-channel e la trasparenza sull'origine dei prodotti per valorizzare il Made in Italy.*

**Milano, 11 luglio 2018** – In occasione dell'appuntamento di riferimento sul digitale per le aziende del fashion e del lifestyle tenutosi a Milano, [Netcomm](#) e [Contactlab](#) hanno analizzato la **competitività digitale** di un panel di 19 brand italiani, classificati come *Contemporary Fashion*. La ricerca, realizzata attraverso la *Digital Competitive Map*, la metodologia di ContactLab attiva dal 2014 per valutare il posizionamento online dei marchi del fashion, ha preso in considerazione **189 parametri** ripartiti tra due assi: *Digital Strategic Reach* e *Digital Customer Experience*.

Il primo asse del *Digital Strategic Reach* riguarda criteri **strategici** come la presenza del brand sui mercati e-commerce mondiali e sui principali e-tailer, l'ampiezza di gamma dell'offerta, le attività di engagement con il cliente, l'uso dei social e la trasparenza sull'origine dei prodotti.

Il secondo asse della *Digital Customer Experience* identifica gli aspetti relativi alla **qualità e all'efficacia** dell'interazione tra brand e cliente nella navigazione sui siti, verificando per esempio l'esperienza di acquisto online, l'offerta di servizi cross-channel, le app, i metodi di pagamento, le opzioni di consegna e reso, la comunicazione via direct marketing e social, etc.

CONTEMPORARY FASHION PANEL
Coccinelle
Elisabetta Franchi
Falconeri
Furla
Geox
Liu Jo
Love Moschino
Luisa Spagnoli
Max&Co
Motivi
MSGM
Off-White
Patrizia Pepe
Peuterey
Pinko
Rinascimento
Trussardi
Twinset
Woolrich

**Contactlab Digital Competitive Map Contemporary Fashion Methodology:  
2 axes, 7 categories, overall 189 Parameters**

AXES	CATEGORIES
<b>DIGITAL STRATEGIC REACH</b> 70 Parameters Worldwide focus	1. E-commerce Strategy
	2. Customer Engagement Strategy
	3. "Made in" Transparency
<b>DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE</b> 119 Parameters Italy focus	4. Website Experience
	5. E-commerce Experience
	6. Cross-Channel Experience
	7. Customer Engagement Experience

netcomm IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO © Copyright 2018 Contactlab and Netcomm. This document may not be modified, reproduced or published in any way without the express written permission of the owner. The Digital Competitive Map Contemporary Fashion methodology is an exclusive property of Contactlab.

contactlab engage personally anywhere

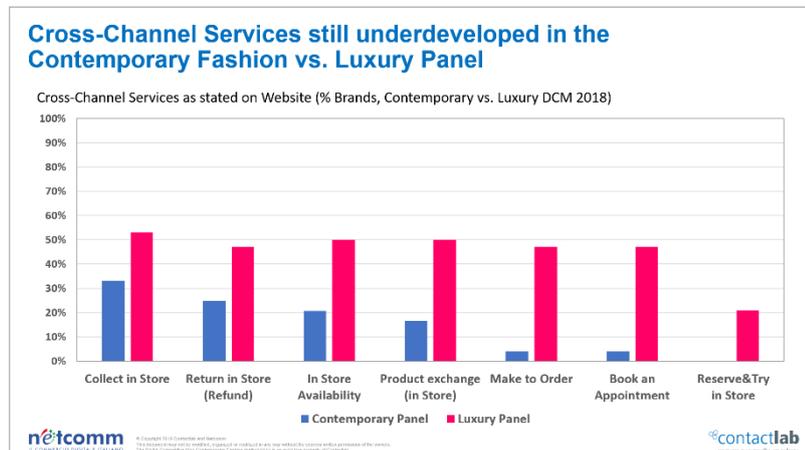
Tre brand si mettono particolarmente in luce:

- **Pinko**: dalla somma dei punteggi emerge come il marchio più competitivo, con un ottimo bilanciamento sui due assi della matrice;
- **Furla**: si distacca molto sull'asse verticale "Digital Strategic Reach" per il significativo livello di globalizzazione raggiunto non solo in Europa, ma anche in Asia e Stati Uniti;
- **Patrizia Pepe**: offre alla clientela una piacevole esperienza di navigazione e interazione digitale.

Osservando la **presenza nei mercati e-commerce con canali di vendita diretti**, emerge che i brand del Contemporary Fashion analizzati hanno una forte e omogenea presenza in Europa (circa il 95%), una buona copertura in USA e Russia (rispettivamente 70% e 65% circa) ma sono meno presenti nei mercati asiatici, in particolare in Cina la cui percentuale scende al di sotto del 40%.

Rispetto ai marchi del lusso, il panel Contemporary Fashion è meno presente sugli **e-tailer** specializzati nel mondo del Fashion & Luxury come Net-à-porter, LUISAVIAROMA e MyTheresa. È invece più presente su Amazon Moda, piattaforma che facilita l'accesso al mercato nonostante l'esperienza di navigazione e il posizionamento dei marchi possano risultare non ottimali. Si evidenzia anche la difficoltà per il panel italiano di presidiare il complesso mercato cinese sia con una strategia di distribuzione diretta che attraverso i grandi e-tailer locali (i.e. WeChat, JD.com).

*“I 19 brand del Contemporary Fashion risultano molto attivi sui **canali social**, non solo a livello di posting ma anche di vendita diretta tramite Facebook e Instagram, superando in questa modalità il*



*settore luxury”* dichiara Marco Pozzi, Senior Advisor di Contactlab. *“Le cose cambiano quando si analizzano le performance relative alla **cross-canaltà** dove l’offerta di servizi d’acquisto al consumatore online sembra piuttosto limitata”* continua Pozzi.

Infatti sono poco più del 30% i marchi analizzati che offrono il ritiro in negozio dopo l’acquisto online e ancora meno (circa il 25%) quelli che danno la possibilità di rendere in-store ciò che si è acquistato sul web. Le percentuali si abbassano ulteriormente se ci si riferisce ai cambi di prodotto o alla prenotazione di un appuntamento per provare un capo in negozio.

Un altro aspetto che richiederebbe maggiore attenzione da parte dei brand del *Contemporary Fashion* è l’**indicazione del paese di produzione** dei propri capi e accessori venduti online. La maggioranza del panel, ad eccezione di Patrizia Pepe e Falconeri, perde così l’opportunità di valorizzare la produzione artigianale e industriale del nostro Paese, che viene invece richiesta soprattutto dai consumatori asiatici, a conferma dell’importanza del valore del Made in Italy.

###

[Netcomm](#), il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è il punto di riferimento in materia di e-commerce e retail digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, riunisce oltre 300 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo dell’e-commerce e dell’evoluzione digitale delle imprese, generando valore per l’intero sistema economico italiano e per i consumatori. Netcomm è uno dei membri fondatori dell’Associazione Europea del Commercio Elettronico, Ecommerce Europe. I principali ambiti nei quali Netcomm è impegnato riguardano: lo sviluppo di studi e ricerche sul mondo dell’e-commerce; la promozione di eventi e workshop; la creazione di tavoli di lavoro che analizzano dal punto di vista economico e regolamentare le primarie industry dell’e-commerce e le tematiche funzionali più rilevanti, interfacciandosi mediante attività di lobbying con le autorità nazionali e internazionali; l’affiancamento delle aziende associate tramite un supporto legale, fiscale e servizi convenzionati; attività di comunicazione e formazioni sul territorio nazionale; il sostegno all’internazionalizzazione delle aziende italiane; la promozione delle competenze digitali dei consumatori e di strumenti

a sostegno degli acquisti online quali il Sigillo Netcomm, che identifica i siti di e-commerce affidabili e di qualità.

**Contactlab** offre **soluzioni di engagement marketing** per massimizzare i risultati di business e rafforzare la relazione del cliente con il brand attraverso piani di contatto multicanale personalizzati. Grazie all'affidabilità di una **tecnologia proprietaria e all'esperienza di professionisti del marketing digitale**, abilitiamo le aziende a raccogliere informazioni approfondite sul singolo consumatore per **arricchire l'esperienza di acquisto, offrendo un piano di contatto altamente individualizzato**, multicanale basato su eventi, preferenze e il ciclo di vita del prodotto. Nata nel 1998, Contactlab è guidata dal suo fondatore Massimo Fubini, imprenditore, innovatore e "giovane veterano" nel mondo del web dal 1995. Ad oggi lavorano con noi oltre **1000 aziende a livello mondiale**, tra cui i **principali brand del settore fashion & luxury**.

**Ufficio stampa Netcomm**

Imageware | +39 02700251

[Netcomm@imageware.it](mailto:Netcomm@imageware.it)

Alessandra Pigoni – Andrea Spaziani

**Ufficio stampa Contactlab:**

Mirandola Comunicazione

Marco Ferrario - Giulia Perfetti

[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net) - [giulia.perfetti@mirandola.net](mailto:giulia.perfetti@mirandola.net)

Tel.: 0524.574708 - 320.7910162 - 345.7258786



[@ConsorzioNetcomm](https://www.facebook.com/ConsorzioNetcomm)



[@ConsorzioNetcomm](https://twitter.com/ConsorzioNetcomm)

**Ufficio stampa Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano**

Mirandola Comunicazione

Marco Ferrario - Daniele Gatti

[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)

[daniele@mirandola.net](mailto:daniele@mirandola.net)

Tel.: 0524/574708 - 320/7910162 - 393/8108869

Skype: marco.ferrario3 - daniele.gatti\_1