

ARTICOLO

RIPENSARE LA REDDITIVITÀ NELL'ERA DEL CAMBIAMENTO

Instabilità dei margini e incertezza diffusa

Nel 2025, il modello dei margini nel settore del fashion sarà messo a dura prova. Persino prima dell'annuncio dello scorso aprile sulle nuove politiche tariffarie, da parte del Presidente degli Stati Uniti Donald Trump, le previsioni indicavano una crescita stentata per il settore. Solo il 20% degli esperti intervistati nel Rapporto annuale sullo stato del fashion di McKinsey prevedeva un miglioramento della fiducia dei consumatori nel corso del 2025, mentre il 39% si aspettava un peggioramento delle condizioni del settore. **Le nuove tariffe non hanno fatto che gettare benzina sul fuoco, intensificando la volatilità esistente e la pressione sui margini, per brand e produttori.** Nel frattempo, le esigenze normative stanno diventando più complesse e costose. **I brand devono ormai trovare un compromesso tra sopravvivenza economica e responsabilità ambientale.**

Il risultato è un ambiente fragile e ad alto rischio in cui redditività e strategie adeguate sono fondamentali. Per restare competitivi, i brand devono ottimizzare ogni segmento della catena del valore, in modo da prendere decisioni più intelligenti e più rapide per proteggere i margini e il valore a lungo termine. Per garantire la redditività nel fashion non è più sufficiente fare di più con meno, ma occorre fare meglio con strumenti più intelligenti.

⟶ Informazioni



SOLO

il 20%

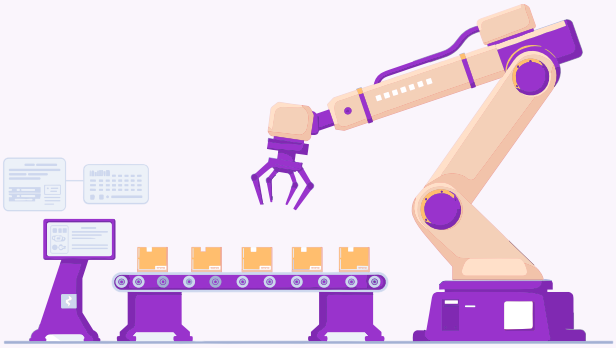
degli esperti intervistati nel Rapporto annuale sullo stato del fashion di McKinsey prevedeva che la fiducia dei consumatori sarebbe cresciuta nel 2025

Dalla produttività ai risultati

Un cambiamento paradigmatico

Tradizionalmente, le aziende di fashion utilizzano la tecnologia per velocizzare le attività o ridurre i costi. Tuttavia, le sfide di oggi esigono un nuovo approccio che interpreti la tecnologia come un fattore strategico per ottenere risultati a livello aziendale.

Come spiega Maximilien Abadie, vice CEO di Lectra, "*da diversi anni, ormai, le decisioni tecnologiche sono considerate scelte su come migliorare le singole attività e aumentare la produzione, anziché come opportunità per cambiare positivamente i risultati strategici aziendali, e questo deve cambiare.*"



Vantaggi finanziari concreti

I vantaggi di questo approccio sono sia sostanziali che strategici. Migliorando l'uso del materiale, automatizzando le attività ripetitive e consentendo l'analisi competitiva in tempo reale, le soluzioni tecnologiche avanzate di Lectra aiutano i brand a ridurre il time-to-market e i costi operativi. Queste efficienze hanno un impatto diretto sulla redditività, consentendo ai brand di proteggere e persino aumentare i margini senza sacrificare la qualità o la velocità. Inoltre, dati migliori portano a una pianificazione più intelligente, riducendo la sovrapproduzione e gli sconti, che sono due dei principali fattori che incidono negativamente sulla redditività.

Oltre ai risparmi sui costi, le soluzioni di Lectra supportano anche gli obiettivi di sostenibilità, che sono sempre più legati alle prestazioni finanziarie a lungo termine. Riducendo gli sprechi e promuovendo pratiche di produzione più responsabili, i brand non soddisfano solo i requisiti normativi e le aspettative dei clienti, ma rendono anche le loro attività a prova di futuro.



"Da diversi anni, ormai, le decisioni tecnologiche sono considerate scelte su come migliorare le singole attività e aumentare la produzione, anziché come opportunità per cambiare positivamente i risultati strategici aziendali, e questo deve cambiare."



Maximilien Abadie
vice CEO di Lectra

Creare, produrre, e **commercializzare** meglio i prodotti, con la **collaborazione** e la **tracciabilità**

Lectra consente ai brand di passare da una riduzione reattiva dei costi a una creazione di valore proattiva attraverso una trasformazione digitale end-to-end. Al centro di questa transizione ci sono tre pilastri strategici che costituiscono la spina dorsale della catena del valore del fashion – creazione, produzione e commercializzazione –, supportati da una collaborazione fluida e da una piena tracciabilità. **Le soluzioni di Lectra supportano ogni elemento individualmente, connettendo ogni fase del ciclo di vita del prodotto attraverso dati centralizzati e flussi di lavoro integrati.**



CREAZIONE

Design rapido e preciso

Nelle prime fasi dello sviluppo dei prodotti, Lectra mette a disposizione dei team creativi potenti soluzioni che accelerano e migliorano il controllo sui costi. Grazie a soluzioni come **Modaris** e **Gerber AccuMark**, le soluzioni intelligenti di modellistica e prototipia 3D di Lectra, i team possono creare modelli e prototipi 3D non solo esteticamente attraenti, ma anche pronti per la produzione ed efficienti dal punto di vista dei costi.

La collaborazione in tempo reale e l'accesso a dati centralizzati consente ai modellisti di creare rapidamente le iterazioni, condividere istantaneamente gli aggiornamenti e ricevere feedback immediati. Questo processo ottimizzato accorcia i cicli di sviluppo, **riduce le revisioni costose e migliora la reattività alle tendenze del mercato, incrementando la redditività da subito.**





PRODUZIONE

Produzione ottimizzata, riduzione degli sprechi

Le soluzioni di produzione di Lectra integrano l'automazione e l'intelligenza nei processi critici, come l'acquisto e il taglio di tessuti. **Questi strumenti aiutano i produttori a ottimizzare l'uso del materiale, ridurre gli sprechi e adattarsi rapidamente ai cambiamenti della domanda.**

Valia Fashion Estimate, parte della soluzione digitale Valia Fashion, consente a brand e produttori di ottimizzare l'acquisto del tessuto e la gestione dell'inventario, eliminando sia gli eccessi che le carenze, grazie a stime automatizzate ed estremamente precise. Inoltre, l'uso di regole di piazzamento adatte ai vari tipi di prodotto migliora la resa del materiale, aiutando i brand a ridurre gli sprechi e a proteggere i margini.



COMMERCIALIZZAZIONE

Decisioni basate sui dati per promuovere le vendite

Una volta ultimata la produzione, le soluzioni intelligenti e basate sui dati di Lectra mettono a disposizione dei team di marketing, e-commerce e merchandising informazioni fondamentali per posizionare efficacemente i prodotti e promuovere le vendite. **Retviews**, la piattaforma di competitive intelligence in tempo reale, consente ai team di acquisto e merchandising di confrontare i dati sui player globali, monitorare le tendenze del mercato e ottimizzare la pianificazione delle collezioni per massimizzare le vendite. I team di marketing possono utilizzare **Launchmetrics** per valutare le prestazioni del brand e creare campagne efficaci che promuovano il coinvolgimento dei consumatori.

Per quanto riguarda l'e-commerce, **Neteven** consente ai brand di gestire e ottimizzare la loro presenza su più marketplace online. Ciò garantisce una rappresentazione uniforme del brand, una gestione efficiente dell'inventario e migliori prestazioni di vendita, tutti fattori fondamentali per promuovere la redditività nell'odierno panorama del retail omnicanale.



COLLABORAZIONE

Abbattere i silos per aumentare l'agilità

Kubix Link è una piattaforma di collaborazione centralizzata che consente di connettere oltre ai partner esterni, i dipartimenti interni di design, produzione e marketing, lungo l'intera supply chain. **Questo ambiente digitale condiviso, assicura che tutte le parti interessate abbiano accesso alle informazioni più recenti, garantendo l'allineamento ed evitando ritardi ed errori costosi.**

Grazie a flussi di lavoro sincronizzati e comunicazioni in tempo reale, Kubix Link migliora il coordinamento interfunzionale, accelera il decision-making e consente operazioni più agili e orientate ai margini.



TRACCIABILITÀ

Visibilità completa della supply chain per rafforzare la fiducia dei consumatori

In un settore in cui l'opacità della supply chain può erodere sia la fiducia dei consumatori che la redditività, **TextileGenesis** offre una tracciabilità end-to-end, dalla materia prima al prodotto finito. Questa visibilità aiuta i brand a soddisfare i requisiti normativi, garantire l'approvvigionamento etico e rispondere alla crescente richiesta di trasparenza dei consumatori.

Incorporando la responsabilità in ogni fase della supply chain, TextileGenesis non si limita a garantire la conformità, ma rafforza anche la reputazione del brand e la fedeltà dei clienti, fattori che incidono in misura sempre crescente sulle prestazioni finanziarie a lungo termine.



In un'epoca in cui i brand del fashion devono lottare su più fronti – **aumento dei costi, cambiamento delle abitudini dei consumatori e crescenti esigenze di sostenibilità** – Lectra offre molto più che dei semplici strumenti. Offre un modo per avere successo. Aiutando i brand a **connettere tutte le attività di design, produzione, marketing e supply chain,** Lectra diventa un vero e proprio partner per la creazione di operazioni più intelligenti, snelle e resilienti.