Fashion runs online

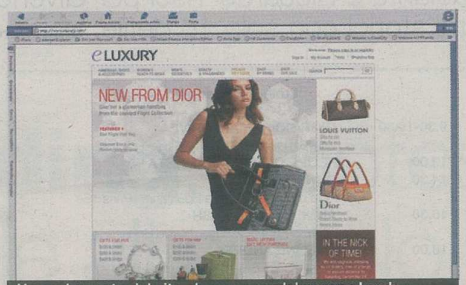
Italian companies of the sector had a turnover of € 56 million in 2004, with an anticipated growth of 45% in 2005 adding up to € 80 million. YOOX.COM stands on top of the list when it comes to production and retail

Inchiesta/ Fashion & tecnologia

La moda corre on-line

Le compagnie italiane del settore hanno fatturato 56 milioni di euro nel 2004, con una crescita prevista per il 2005 del 45% a 80 milioni di euro. A Yoox il primato nella classifica di produttori e rivenditori, seguito da Kappastore e Armani Exchange

Un giro d'affari, quello della moda on-line in Italia, che ha raggiunto la cifra di circa 56 milioni di euro nel 2004, con un incremento del 45% rispetto ai 38 milioni dell'anno precedente. E secondo quanto risulta a *MFF* le stime per il 2005 si attestano intorno alla stessa percentuale di crescita, arrivando a 80 milioni di euro di fatturato. E se le prospettive di settore per il prossimo anno segnano una ripresa anche per il mercato tradizionale del tessile e abbigliamento, la situazione di sviluppo economico del fashion business in rete è decisamente in corsa e con una velocità di gran lunga superiore. In linea con il sempre più rapido aumento della popolazione internet che in Italia si aggira sui 25 milioni di persone, di cui 16 milioni risultano essere consumatori attivi (contro i 140,58 milioni degli Stati Uniti e i 22,79 milioni dell'Inghilterra).
Secondo una ricerca di Casaleggio associati, dei 56 milioni di fatturato made in Italy, 34 milioni è la cifra che risulta dalle vendite ai clienti che risiedono all'estero, mentre solo 22 milioni è il valore dei prodotti acquistati sul mercato italiano da compagnie italiane. E, sempre secondo lo stesso studio, i primi cinque operatori del segmento (*vedere classifica qui sotto*) da soli fatturano il 74% del totale nazionale. E il primato assoluto, produttori e rivenditori compresi, spetta senz'altro a **Yoox** (*vedere intervista nella pagina a destra)* che nella hit dei venditori copre circa il 74% del fatturato di categoria, con un netto distacco rispetto ai competitor.
La strada del mercato alternativo che opera attraverso la distribuzione virtuale negli Stati Uniti funziona già da tempo e bene, anche grazie al fatto che lì, l'uso delle tecnologie informatiche è sviluppato trasversalmente e diffuso con maggiore sistematicità. E secondo un recente studio condotto da Forrester research il giro d'affari delle vendite on-line di abiti e accessori di moda in America per il 2005 si aggirerà intorno ai 12,5 miliardi di dollari (B2C). Basti considerare che sono molti i marchi e le catene retail che accettano ordini ed effettuano consegne in territorio «Us only», come A/x, **Armani Exchange,** label sportiva e casual che fa parte della società Giorgio Armani, ideata e studiata appositamente per quel mercato e che vende direttamente sul suo sito. Nello stesso modo operano anche **Polo Ralph Laurent**, il colosso **Gap** e **Neiman Marcus**, solo per citarne alcuni. Oppure **eLuxury.com**, piattaforma di commercio virtuale che fa capo al gruppo del lusso Lvmh e che, per il momento, consegna solo ai clienti statunitensi, ma che non esclude di estendere a breve le sue prospettive in altri territori. (riproduzione riservata)



Una schermata del sito eluxury.com del gruppo Lvmh

Top ten Italia
Produttori e rivenditori per fatturato

1	www.yoox.com
2	www.kappastore.com
3	www.armaniexchange.com
4	www.oliviero.it
5	www.gioie.it
6	www.onlyforweb.it
7	www.glamonweb.it
8	www.eshirt.it
9	www.freddy.it
10	www.dainese.it

Fonte: Casaleggio associati, 2005