

Dhl: le sfide dei retailer al Fashion & Beauty Masterclass 2019. Presenti anche Le Salon du Luxe e L'Oreal



I trend del futuro, le sfide che i retailer devono affrontare per intercettare i bisogni e le nuove esigenze del consumatore, sono stati al centro del **Fashion & Beauty Masterclass 2019 di DHL**, per la prima volta in Italia. Oltre 80 partecipanti da tutta Europa per confrontarsi ed interrogarsi sulle migliori soluzioni per far crescere la competitività e intercettare

“Come gruppo multinazionale specializzato anche nei servizi di **supply chain del Fashion & Beauty** è nostro dovere guardare al futuro di questo settore e

studiare le migliori soluzioni per soddisfare l'esigenza di gestire una domanda sempre più difficile da prevedere - ha commentato **Antonio Lombardo, Presidente e Amministratore Delegato di DHL Supply Chain Italy** -. Ospitare questo appuntamento internazionale qui a **Milano**, città di riferimento per la moda nel mondo, è un'ottima occasione di confronto e ci offre l'opportunità di mostrare al mercato i punti di forza di un gruppo così solido e forte come DHL.”

Il confronto ha visto protagonisti grandi nomi del mondo della moda e del beauty e professionisti della **logistica**: Laura Perrard, Founder of Le Salon du Luxe; da L'Oreal Jerome Charlez, Global Head of eCommerce, Retail Supply Chain & Omnichannel Transformation e Jamie Burton, Global Physical Distribution Director; Alvaro Etayo, Sales Director di Jogotech; Peter Blom, Founding Partner di Retail Unity, Carsten Lützenkirchen, DHL Customer Solutions & Innovation e Mark Patterson, DHL Supply Chain Global Packaging Solutions.

Soprattutto nel settore del **fashion** e del lusso l'integrazione tra canale online e offline è centrale, dal momento che i prodotti vengono molto spesso realizzati a km di distanza dalla sede di vendita. Affidarsi ad un partner che oltre a fornitore di servizi, dal palletting all'ultimo miglio, sappia integrare il data management e la gestione dei big data, con l'innovazione di soluzioni sempre più competitive alla condivisione di informazioni e conoscenza, è la richiesta del settore del fashion.

In particolare **la logistica dell'ultimo miglio** rappresenta il 40% dei costi totali della supply chain e oltre l'85% dei consumatori percepiscono la consegna come parte della **shopping experience**. Sono stati anche individuati i trend che hanno maggiore impatto sull'ultimo miglio: la personalizzazione e i comportamenti del consumatore, la crescita dei volumi, gli acquisti stagionali, l'urbanizzazione e la sostenibilità.

E proprio il tema oggi più d'attualità e richiesto dai clienti è la **sostenibilità** a partire dal **packaging** e dai materiali utilizzati per le consegne, ai mezzi di trasporto: DHL, con il programma **GoGreen**, propone diverse opzioni relative alla riduzione di emissioni per rispondere a tutte le esigenze di trasporto. Una serie di servizi per ridurre e/o eliminare le emissioni relative alla logistica, i rifiuti e altri impatti

sull'ambiente per tutta la Supply Chain, dalle biciclette ai mezzi elettrici fino ai tir con i pannelli solari. Basti pensare che il packaging è la seconda voce di spesa per il gruppo DP DHL.

L'appuntamento è stato inoltre l'occasione per presentare in Italia per la prima volta il **Fashion & Environment White Paper realizzato da DHL con il British Fashion Council**, legato all'obiettivo di DHL del 2050 di portare la logistica a zero emissioni. Il documento analizza i vari modi in cui l'industria della moda ha un impatto sia sull'ambiente che sul clima. Quasi 100 miliardi di metri cubi di acqua vengono utilizzati nella produzione di tessuti ogni anno. Nel 2015, le quantità di gas a effetto serra emesse nella produzione di moda sono state pari a 1,7 miliardi di tonnellate. Questo dimostra il potenziale di miglioramento che l'industria della moda possiede e la domanda in crescita che mette in evidenza notevoli opportunità di business.

[Home](#) | [Privacy Policy](#) | [Il widget di Trasporti-Italia](#)

Copyright © 2020 Trasporti-Italia, il portale italiano dei trasporti e della logistica. Tutti i diritti riservati. Testata giornalistica iscritta nel Registro della Stampa del Tribunale di Roma (n. 47 del 10 marzo 2014). Direttore Responsabile Claudia Montoneri. Edita da Officina Telematica, via Scirè 12, 00199 Roma - P.Iva 05174190651 Per l'invio di comunicati e la segnalazione di notizie: redazione[chiocciola]trasporti-italia.com. Per la pubblicità su Trasporti-Italia, la richiesta del mediakit o di preventivi: marketing[chiocciola]trasporti-italia.com