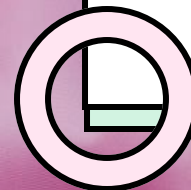
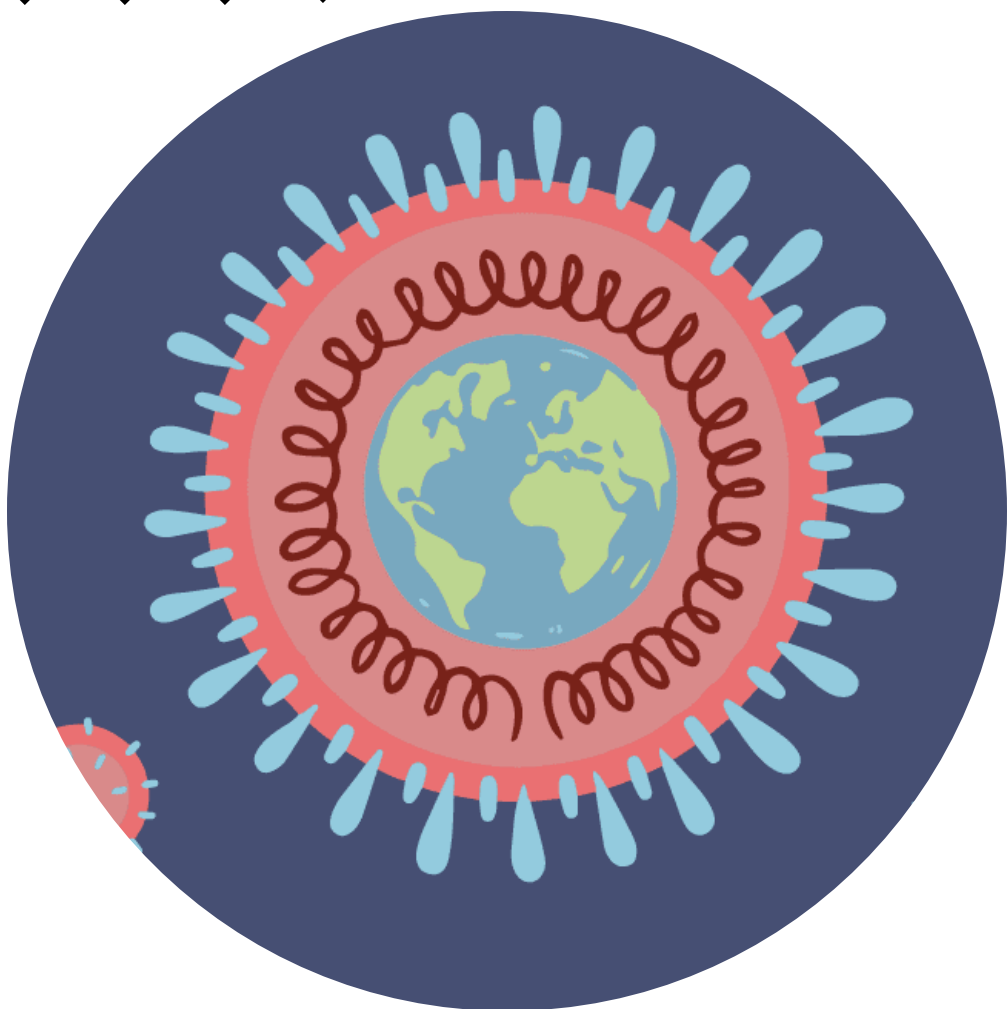




A NEW LINE OF
FASHION
PRODUCTS

ALESSANDRA GULLÌ - 962507
EDUARD OCCHIPINTI - 947847
IMAN SOLAIH - 963188



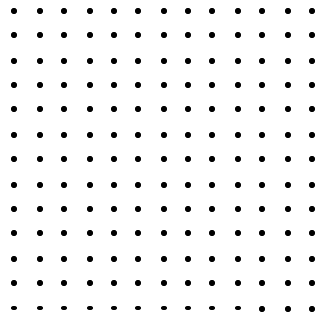
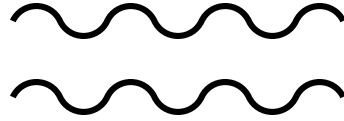
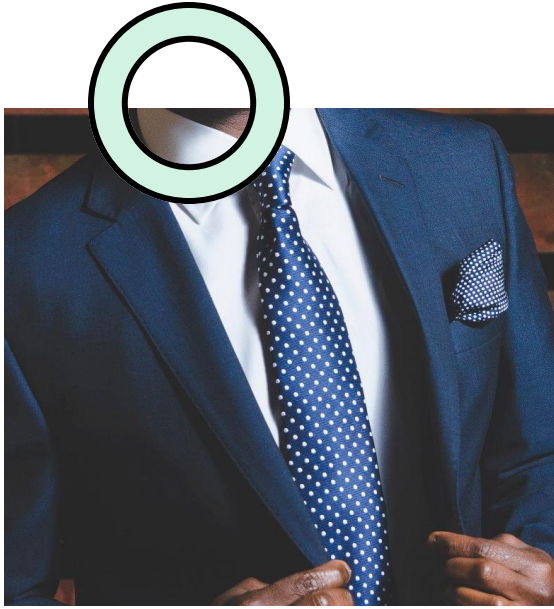


THE STATE OF FASHION 2022

- BREAKDOWN -

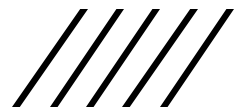
- La pandemia ha provocato una forte crisi economica e vulnerabilità di diversi mercati, tra cui quello dell'abbigliamento.
- I paesi che non dispongono delle infrastrutture digitali per il lavoro a distanza, le cui economie dipendono fortemente dal lavoro manuale, sono particolarmente propense a ulteriori shock.
- Proprio dopo l'avvento di questa pandemia, l'e-commerce è aumentato notevolmente, aiutando e creando brand di fashion.
- La Cina è tornata ai livelli di attività economica del 2019 molto più velocemente rispetto al resto del mondo. La domanda cinese è stata alimentata dalla passione per lo shopping locale, in particolare nel segmento del lusso, poiché i consumatori che hanno dovuto affrontare restrizioni di viaggio sono passati alle alternative nazionali.

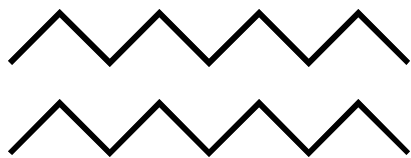




NEW NEEDS IN THE SEGMENT

- Con il coincidere della fine della pandemia la richiesta di vestiti eleganti e da sera è cresciuta in maniera repentina. Questa grande richiesta è anche associata al numero crescente di costumers per il settore di scarpe eleganti e tacchi.
- Al contrario, negli uffici è sempre più diffuso uno stile di indumenti casual in concomitanza con un'ibridazione dei posti di lavoro tra il lavoro in ufficio e quello da remoto.
- Le nuove generazioni passano molto tempo online, motivo per il quale bisogna sfruttare il potenziale di crescita del settore di prodotti digitali quali NFT e Virtual Fashion.

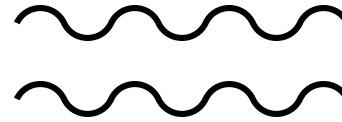




METaverse & LUXURIES

- Una categoria non contemplata dalle aziende è il metaverso, essendo un mondo ancora nuovo può destabilizzare, ma al contempo può offrire diverse applicazioni in diversi campi.
- Un esempio di applicazione può riguardare l'e-Commerce di abbigliamento affidandosi al marketplace di terzi, quali ad esempio Facebook.
- Sfruttando questa realtà virtuale si può fornire ai clienti una migliore experience, che potrà diventare un metodo innovativo di connessione e gestione del cliente.
- Il metaverso può avere un grande successo nel mondo del lusso dato che offre molte opportunità, come ad esempio far interagire i brand con i giovani e inoltre può portare ad avere un margine di guadagno più alto.

ABBIGLIAMENTO NELLA REALTÀ VIRTUALE



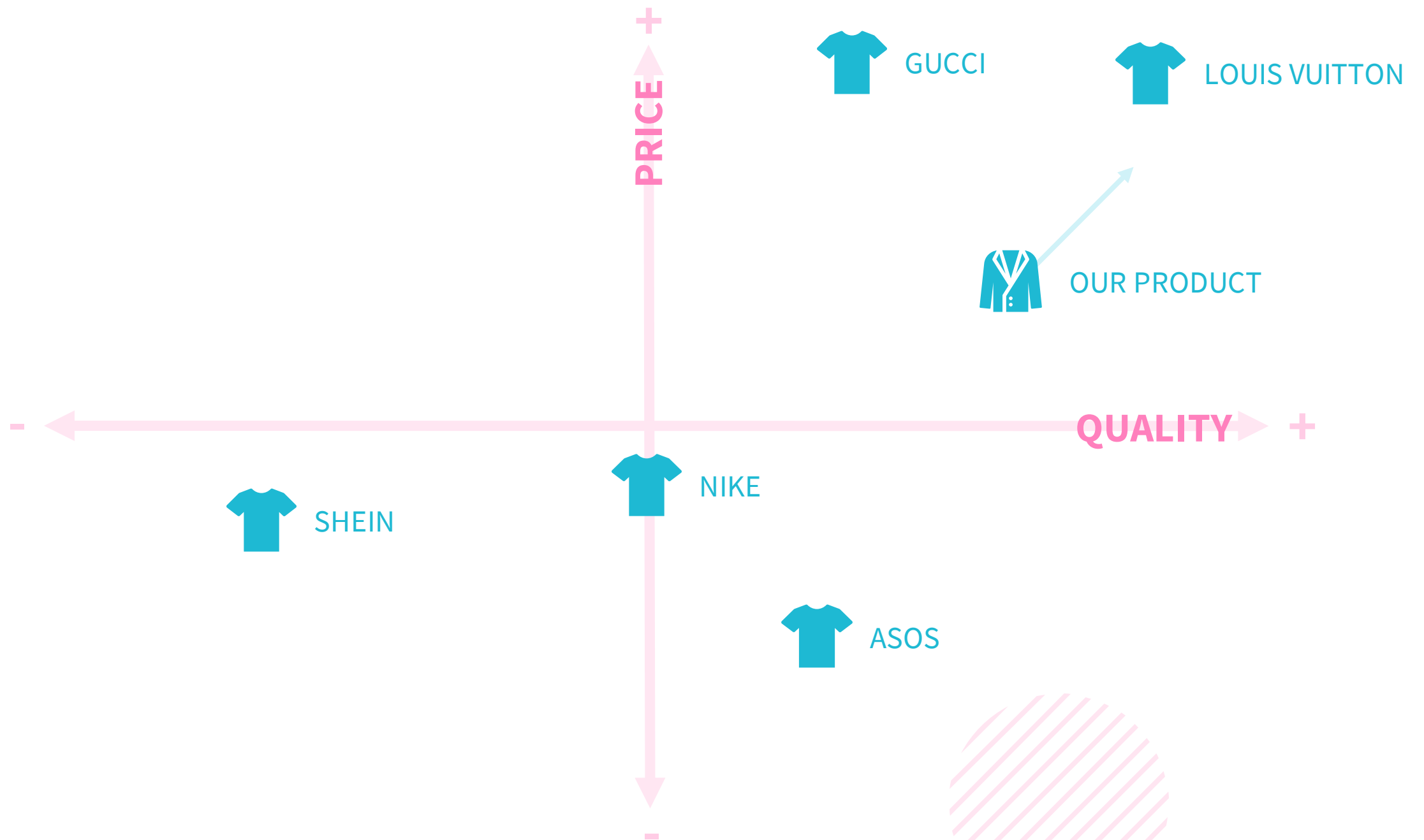
AL FINE DI SODDISFARE IL CRESCENTE INTERESSE VERSO IL METAVERSO, IL PRODOTTO IMMAGINATO SI BASA SULL'ABBIGLIAMENTO LEGATO AGLI NFT E AL DIGITAL MARKETPLACE.

- Sull'etichetta di ogni abito ci sarà un **tag NFC**, che permette di riscattare il proprio **prodotto** anche **in formato digitale** nel marketplace di qualche **metaverso** (Facebook sembra promettente sotto questo punto di vista).
- Il prezzo sarà inizialmente più alto giustificato da un valore aggiunto, finalizzato ad alzarsi sempre di più fino a entrare nel mercato dell' **abbigliamento di lusso**.
- Ad un certo punto questo prezzo farà diminuire le vendite, ma tale perdita è più che compensata dalla vendita sul marketplace digitale, dove il prezzo aumenterà ma più lentamente in modo che i prodotti mantengano una elevata richiesta. La vendita di prodotti digitali porta ad avere un **profit margin** molto più alto rispetto agli indumenti fisici.
- Ogni prodotto sul marketplace è venduto come **NFT** in modo da non poter essere clonato e da avere un **certificato di autenticità** direttamente sulla blockchain.



MARKET SEGMENT

- Questo e-commerce è pensato per chiunque fosse in grado di raggiungere un metaverso (per esempio Facebook), raggiungendo un maggior numero di persone.
- Saranno disponibili articoli di lusso di ogni tipo, per individui di tutte le età e sesso, per ogni tipo di attività e occasione, adatti per qualunque stile di vita.
- Tale commercio riguarda abiti e accessori di lusso, di conseguenza non accessibile economicamente a tutti, quindi i consumatori saranno principalmente persone con adeguata disponibilità economica.



PRODUCT SEGMENTS

- ❑ **STAR:** prodotto di punta su cui bisogna investire per guadagnare una quota di mercato, nel nostro caso sono gli abiti eleganti, scarpe sia sportive che eleganti.
- ❑ **QUESTION MARK:** prodotti che non danno risultati e che vanno rimossi, le camicie sono un esempio essendo dei prodotti che potrebbero non interessare i giovani.
- ❑ **CASH COW:** prodotti su cui bisogna investire per ottenere il massimo guadagno, le magliette sono il prodotto da 'mungere' poiché hanno un costo basso e sono molto versatili.
- ❑ **DOGS:** prodotti che potrebbero ostacolare l'azienda poiché non produce profitto sufficiente, i pantaloni sono il prodotto su cui bisogna disinvestire poiché non producono abbastanza profitto.

Annual growth rate in the market

HIGH

LOW



STAR

QUESTION MARK

CASH COW

DOG

HIGH

LOW

Relative market share