



COME POSSIAMO RENDERE MAGGIORMENTE CIRCOLARI I NOSTRI PUNTI VENDITA, RISPETTANDO L'IDENTITÀ E IL DNA DEL NOSTRO BRAND?

Al centro della creatività, dell'innovazione e della crescita, le città svolgono un ruolo centrale come motori dell'economia globale. Le città ospitano oggi più della metà della popolazione mondiale e generano oltre l'80% di tutta la produzione economica e gran parte delle emissioni inquinanti.

Nell'ultimo anno, la sospensione delle attività nel retail, che ha sempre rivestito un ruolo chiave nelle vendite, ha avuto un impatto significativo sulle strategie dei Brand del lusso che hanno cercato di reinventarsi e riadattarsi affidandosi a canali e piattaforme digitali. Nella fase di ripresa giocherà un ruolo fondamentale la capacità dei Brand di creare in negozio esperienze emozionali ed uniche e lo sviluppo della sostenibilità a 360 gradi.

In un contesto sociale, in cui i consumatori sono sempre più attenti alla sostenibilità ed alla salvaguardia dell'ambiente, i Brand del lusso guardano non solo al prodotto, ma anche al retail attraverso l'applicazione di innovazioni mirate a rivalutare e re-immaginare lo store, importante punto di contatto con il cliente.

Dal flusso logistico e la spedizione degli ordini, dalla digitalizzazione di determinati processi all'efficientamento energetico e alla scelta dei materiali d'arredo, in che modo possiamo rendere circolari i nostri punti vendita e dar vita ad un nuovo store concept che rispetti il DNA e i valori del nostro marchio e che, allo stesso tempo, provochi minor impatto e contribuisca allo sviluppo circolare del territorio e delle città?