



Solution
Partner

Renoon



Legance

Riorganizzazione della supply chain

nella moda e nel lusso

Il presente rapporto si basa sulla discussione svoltasi durante la tavola rotonda organizzata da Renoon con la testimonianza di GS1 Italy, Impacta Strategy e Legance.

Ringraziamo gli esperti che hanno contribuito al confronto:

Iris Skrami, Caterina Occhio, Vittorio Giordano, Linda Vezzani, Federico Bonelli e Roberto Randazzo.

Ringraziamo inoltre Francesco Tombolini per aver moderato la discussione.

Lo scambio ha beneficiato del coinvolgimento di tutti i partecipanti, le cui prospettive e i cui contributi hanno plasmato le riflessioni presentate in questo rapporto.



Renoon



Legance

Disclaimer:

Il presente rapporto ha scopo puramente informativo. Il contenuto riporta le riflessioni emerse dalla tavola rotonda, integrate con le attuali pratiche e prospettive del settore.

Le considerazioni presentate potrebbero non essere applicabili a tutte le organizzazioni e dovrebbero essere interpretate alla luce del contesto specifico di ciascuna azienda.

Le opinioni espresse sono quelle dei singoli autori e non rappresentano necessariamente la posizione di tutti i partecipanti o delle organizzazioni coinvolte.

Tutti i contenuti sono forniti "così come sono", senza alcuna garanzia di alcun tipo.



ROBERTO RANDAZZO

Partner - ESG and Impact
Legance



IRIS SKRAMI

CEO & Co-Founder
Renoon



FEDERICO BONELLI

Senior Partner - Strategy,
Retail, Fashion & Luxury
Practice Leader
Impacta



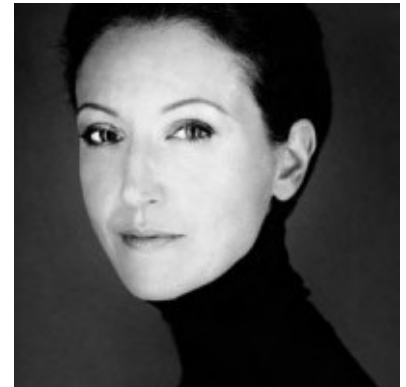
LINDA VEZZANI

Standard manager
GS1 Italy



VITTORIO GIORDANO

Industry Engagement Senior
Specialist
GS1 Italy



CATERINA OCCHIO

Advisor **UNIDO**
Advisor **Renoon**



FRANCESCO TOMBOLINI

Senior Business Advisor
Elisabetta Franchi

La supply chain nel fashion & luxury sta attraversando un'evoluzione significativa.

Sfide principali

Filiera frammentata, sistemi non interoperabili e scarsa governance dei dati limitano la visibilità end-to-end.

Cambio di paradigma:

Da raccolta del dato → a governance del dato
Il dato diventa leva per decisioni, accountability e compliance.

Abilitatori

- Standard condivisi → interoperabilità e scalabilità
- Integrazione dei sistemi → continuità informativa
- Digital Product Passport → connette dati esistenti



Tema chiave:
trasformare la
complessità in
vantaggio
competitivo

Le aziende che costruiscono supply chain tracciabili, interoperabili e data-driven ottengono un vantaggio concreto.

03

IL RUOLO DEGLI STANDARD GS1

Creare un linguaggio comune 9

02

IL PROBLEMA

Complessità della filiera e mancanza di visibilità end-to-end 7

01

INTRODUZIONE

Dalla tracciabilità alla governance dei dati di filiera e prodotto 6

04

DAL DATO ALLA GOVERNANCE

La raccolta dati è solo il primo passo 10

05

DIGITAL PRODUCT PASSPORT

Evoluzione, non punto di partenza 12

06

INSIGHT OPERATIVI

14

Introduzione

Dalla tracciabilità alla governance dei dati di filiera e prodotto.

Negli ultimi anni, la supply chain nel settore fashion e lusso ha subito una trasformazione strutturale. La crescente complessità delle filiere, unita all'aumento della pressione normativa e alle nuove aspettative di trasparenza, ha reso evidente un cambiamento profondo: i modelli operativi tradizionali non sono più sufficienti. La supply chain non è più soltanto un ambito operativo, ma un elemento strategico che impatta direttamente su competitività, rischio e posizionamento del brand. In questo contesto, la capacità di gestire dati, processi e responsabilità lungo tutta la filiera diventa un fattore critico.

Il problema

Complessità della filiera e mancanza di visibilità end-to-end

Le supply chain nel fashion oggi sono caratterizzate da una forte frammentazione. Filiera multi-tier, fornitori distribuiti geograficamente e sistemi non integrati rendono difficile mantenere una visione continua e affidabile lungo tutte le fasi della produzione. Il punto centrale emerso è che il problema non è la mancanza di dati, ma la loro discontinuità e governance.

Le informazioni esistono, ma spesso si interrompono tra attori diversi, generando zone di opacità difficili da gestire.

In particolare, i principali “blind spots” si creano quando:

- i dati non vengono trasferiti tra fornitori diversi
- i sistemi utilizzati non sono interoperabili
- manca una struttura condivisa per raccogliere e interpretare le informazioni
- mancano sistemi e strumenti per governare la bontà e responsabilità del dato

Questa perdita di continuità non è solo un limite operativo, ma ha implicazioni dirette su compliance, gestione del rischio e capacità decisionale.

*“Il settore fashion & luxury è alle prese con la più lunga **fase di contrazione** della sua storia (da metà 2023 ad oggi) caratterizzata da una riduzione dei volumi, da un cambio delle dinamiche di consumo e da costi di organizzazioni centrali non più sostenibili. In questo contesto il tema del **costo del prodotto** diventa sempre più **centrale**.”*

*Allo stesso tempo, la pressione normativa e la prospettiva di nuove **regolamentazioni** generano ulteriore complessità e incertezza.*

*Tuttavia, **questo non è il momento di rallentare**: le aziende devono evolvere strutturalmente, tornando a dare al consumatore un grande value for money e per questo serve attivare cambiamenti interni per salvaguardare la propria catena di fornitura e collaborare con i partner giusti.”*

– **Federico Bonelli**, Senior partner, Impacta

Il ruolo degli standard GS1

Creare un linguaggio comune

Per affrontare la frammentazione, emerge la necessità di costruire un'infrastruttura condivisa. In questo contesto, gli standard giocano un ruolo fondamentale.

Gli standard consentono di creare un linguaggio comune tra attori diversi della filiera, permettendo alle informazioni di essere comprese, trasferite e utilizzate lungo tutti i livelli della supply chain.

Il loro valore si manifesta in tre dimensioni principali:

- abilitano l'interoperabilità tra sistemi e organizzazioni
- permettono la raccolta di dati strutturati e coerenti
- rendono i processi scalabili nel tempo

Senza standard, ogni azienda tende a sviluppare soluzioni isolate, difficilmente integrabili. **Con gli standard GS1**, invece, la supply chain diventa un sistema connesso, in cui i dati possono fluire in modo continuo, portando un valore concreto e quantificabile all'intera filiera.

Dal dato alla governance

La raccolta dati è solo il primo passo: il valore emerge quando i dati vengono attivati per guidare decisioni, responsabilità e compliance lungo la filiera.

Negli ultimi anni molte aziende hanno investito nella raccolta dati, ma questo rappresenta solo il primo livello di maturità.

Il vero cambiamento avviene quando i dati diventano uno strumento di governance. In altre parole, quando vengono utilizzati per prendere decisioni, gestire responsabilità e ridurre il rischio.

I dati diventano realmente strategici quando permettono di:

- supportare decisioni operative lungo la filiera
- garantire accountability tra attori diversi
- facilitare la gestione della due diligence
- dimostrare conformità rispetto a normative e requisiti ESG

Il passaggio chiave non è quindi tecnologico, ma organizzativo: passare da una logica di raccolta a una logica di attivazione del dato.

*"Prepararsi alle normative con anticipo significa fare **strategia**; farlo a ridosso dell'entrata in vigore significa fare **risk management**.*

*La differenza non è solo nei **tempi**, ma nell'**approccio**: nel primo caso si costruiscono processi solidi e si fanno scelte consapevoli, nel secondo si gestiscono urgenze, con costi maggiori e meno opzioni."*

– Roberto Randazzo, Partner, Legance

Digital Product Passport

Evoluzione, non punto di partenza

Il Digital Product Passport (DPP) è spesso percepito come un nuovo obbligo normativo o un progetto da implementare ex novo. Tuttavia, il confronto tra aziende evidenzia una prospettiva diversa.

Il DPP non rappresenta un sistema completamente nuovo, ma l'evoluzione naturale di processi e dati già esistenti. **Si basa su informazioni che molte aziende già raccolgono, ma che non sempre sono strutturate o connesse tra loro.**

Più che un punto di partenza, il DPP è un layer che consente di:

- collegare i dati lungo la filiera
- rendere le informazioni accessibili e utilizzabili
- abilitare nuovi servizi e modalità di comunicazione

In questo senso, le aziende più avanzate non stanno iniziando ora, ma stanno lavorando per integrare e attivare ciò che già possiedono.

SCAN TO EXPLORE:
DIGITAL PRODUCT PASSPORT SAMPLE



POWERED BY **Renoon**

Insight operativi

Cosa stanno facendo le aziende

Dal confronto tra i partecipanti emergono alcune direttrici comuni di evoluzione.

Le aziende stanno progressivamente spostando l'attenzione da un approccio puramente operativo a una gestione più strategica della supply chain, lavorando su diversi livelli:

REVISIONE DEL FOOTPRINT
PRODUTTIVO

MAGGIORE CONTROLLO E
SELEZIONE DEI FORNITORI

INTEGRAZIONE DEI
SISTEMI INFORMATIVI

STRUTTURAZIONE DEI DATI
A LIVELLO DI PRODOTTO

ALLINEAMENTO TRA
FUNZIONI INTERNE

Questo riflette un cambio di paradigma: **dalla ricerca di efficienza alla costruzione di resilienza e controllo.**

Conclusione

La trasformazione della supply chain nel fashion e lusso è già in corso e sta accelerando.

La sfida non è tecnologica, ma sistemica: integrare processi, dati e responsabilità in un modello coerente e scalabile.

About Renoon

Renoon è un'azienda specializzata in passaporti digitali di prodotto e soluzioni di tracciabilità basate sull'intelligenza artificiale, che aiuta i marchi a semplificare la conformità normativa e a generare nuovo valore aziendale.

Progettata per il panorama normativo ocomplesso e dinamico odierno, Renoon offre alle aziende un set completo di strumenti per trasformare i DPP (Passaporto Digitale di Prodotto) e la legislazione sui prodotti in una conformità chiara e affidabile. La nostra piattaforma ti aiuta a raccogliere, gestire e interpretare i dati a livello di prodotto, dall'origine e dall'impatto alle certificazioni e all'economia circolare.

Grazie a potenti funzionalità di automazione e integrazioni fluide (codici QR, interfacce digitali, widget per l'e-commerce e punti di contatto fisici), Renoon semplifica la trasformazione dei dati tecnici in storie chiare e comprensibili per il consumatore. Il risultato: maggiore fiducia, processi decisionali più intelligenti e un valore del prodotto superiore.

Già scelta da oltre 30 aziende e in linea con gli standard internazionali, grazie anche a partnership con istituzioni come le Nazioni Unite, Renoon consente alle imprese di garantire la conformità, comunicare con sicurezza e preparare le proprie attività al futuro.



PRENOTA UNA DEMO CON
NOI PER SAPERNE DI PIÙ.

I partner



L'organizzazione non profit GS1 è il motore dietro gli standard più diffusi a livello globale, usati da 2 milioni di aziende nel mondo, primo fra tutti l'iconico codice a barre. La nostra missione è facilitare la condivisione automatizzata e affidabile dei dati tra le aziende e con le persone, accelerando efficienza, trasparenza e la trasformazione digitale. In Italia, GS1 Italy riunisce 42 mila imprese appartenenti a molti settori, incluso quello tessile, abbigliamento e moda, con le quali il dialogo e la collaborazione sono costanti.



IMPACTA STRATEGY è una società di consulenza strategica nata per trasformare visioni ambiziose in risultati concreti. Combina eccellenza, attitudine imprenditoriale e un focus mirato per generare valore tangibile e misurabile, affiancando leader, executive e investitori con un approccio snello, orientato all'esecuzione e focalizzato su ciò che crea crescita reale. Si distingue per responsabilità, eccellenza e concretezza, traducendo visione e ambizione in strategie pronte all'azione.



Legance è uno studio legale italiano indipendente, nato da una visione condivisa: offrire competenza, qualità e capacità di anticipare le esigenze dei clienti in un contesto in continua evoluzione. Si distingue per un approccio dinamico e internazionale, fondato su relazioni solide e una rete globale di partner. Attraverso un modello full service, accompagna i clienti con soluzioni innovative, valorizzando il lavoro di squadra, il talento e una forte attenzione al valore nel lungo periodo.



RICHIEDI UNA DEMO



www.renoon.com



info@renoon.com