

# PAMBIANCONews

NUMERI FATTI E PROTAGONISTI DELLA MODA E DEL LUSSO

## Crescita in tre T (touch, taste&travel) al Fashion Global Summit

mercoledì, 20 novembre 2013



MILANO FASHION SUMMIT 2013 - STEFANO SASSI

Il palazzo della Borsa di Milano è stato scenario, ancora una volta, del **Milano Fashion Global Summit**, l'iniziativa organizzata da **Class Editori** in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, **The Wall Street Journal Europe** e **Bank of America–Merrill Lynch**, che questo anno ha avuto come tema **"Golden Age, Golden Bridges, i link per avanzare: Touch, Taste & Travel"**. I lavori sono iniziati con l'illustrazione degli scenari economici e delle previsioni 2014-2015 dei principali brand e le testimonianze dei grandi imprenditori, per poi continuare con le iniziative promosse dalle istituzioni a sostegno di Moda e Lusso, e del modo in cui touch (tecnologia), taste (wine&food), travel (alberghi, resort, viaggi) si possono unire con moda e lusso trainandone la crescita del business.

"La maison di Valentino punta a chiudere l'anno in corso con una crescita del fatturato del 25% a 500 milioni di euro. Abbiamo puntato a rinvigorire il nome della nostra maison, aggiornando i nostri valori fondamentali. È un momento buono e il nostro obiettivo strategico è valorizzare il momento di crescita a livello retail e di visibilità", ha dichiarato nel suo intervento **Stefano Sassi**, Ceo Valentino Fashion Group. Che continua: "Per questo stiamo lavorando a due progetti importanti che prevedono l'apertura di un negozio sulla Fifth Avenue a New York e uno a Roma. In particolare quello di Roma, oltre a un negozio, dovrebbe diventare anche uno spazio culturale aperto ai clienti e alla città, valorizzando la nostra maison ed evidenziando quello che siamo in grado di fare".