

E.L.S.E.
EXCLUSIVE LUXURY SHOPPING EXPERIENCE

Nell'era del virtual retail

È nata la E.L.S.E., una piattaforma SaaS di virtual retail e cloud manufacturing, che costituisce il front-end di un sistema integrato di vendita, produzione e distribuzione su scala industriale dedicato al “made to order” e al “made to measure” di calzature e abbigliamento Made in Italy di qualità.

Andrey Golub
 Co-Founder & CEO, Former CTO & COO ELSE



“ELSE Corp è nata a metà 2014, da un gruppo di fondatori con grande esperienza nei settori Fashion Retail e ICT, supportati dai primi Business Angel. Eravamo tutti uniti dall'idea che il futuro del Luxury Fashion risieda nel ritorno alla qualità dei prodotti e che per il futuro non bastino più “le belle storie”, soprattutto per il Made in Italy”.

Da dove nasce l'idea?

Inizialmente abbiamo cominciato a lavorare sull'idea di una premium marketplace per i brand di lusso, ma abbiamo capito velocemente che questa visione avrebbe posto tanti limiti alla divulgazione della nostra idea di business, che abbiamo chiamato “virtual retail”, e delle relative tecnologie di visualizzazione e simulazione in 3D. Oggi siamo una startup B2B, ci piace definirci come una “New Customer Experience Design and Development Company” e il nostro prodotto principale è una piattaforma SaaS di nuova generazione, che serve per realizzare lo scenario del “virtual retail” dal design del prodotto in 3D alla sua prototipazione industriale, fino alla produzione dei prodotti customizzati e su misura. Recentemente questa visione è stata menzionata anche da Forbes.com, che ci ha messo nelle 10 startup che cambierebbero il mercato del Fashion Retail.

Qual è la vostra mission?

Il recente trend del Fast Fashion sta provocando una grossa perturbazione anche al di fuori del suo mercato principale ed è arrivato nel “mare calmo” del Luxury Fashion, per cui i prodotti di punta delle collezioni presentate in passerella sono immediatamente acquistabili nei principali flagship stores del brand. Questo

trend, però, è percorribile solo dai brand globali, meglio organizzati, e porterà inevitabilmente a un allargamento del gap con i produttori tradizionali e i brand regionali. Allo stesso tempo, le soluzioni dell'Industria 4.0 interconnesse con internet stanno aprendo nuove potenzialità di personalizzazione spinta dei prodotti, pur mantenendo una scala industriale. Di conseguenza, si sta parlando addirittura del processo di “re-shoring”, cioè di far tornare la produzione nel luogo in cui vi sono la sperimentazione creativa e sviluppo dei campionari di qualità. Dunque in Italia. In risposta a queste nuove sfide del mercato, stiamo creando la E.L.S.E., una piattaforma SaaS di virtual retail e cloud manufacturing, che costituisce il front-end di un sistema integrato di vendita, produzione e distribuzione su scala industriale dedicato al “made to order” e al “made to measure” di calzature e abbigliamento Made in Italy di qualità.

Il consumatore chiede in maniera sempre più chiara ai brand di poter vivere da protagonista esperienze coinvolgenti. Ciò è ancora più vero in ambito fashion. Come rispondete a questo tipo di attesa?

Il sistema ELSE permette al cliente finale un'esperienza d'acquisto innovativa, emozionale e dotata di un grado superiore di

Qui la
video intervista



www.else-corp.com



soddisfazione delle proprie aspettative. In particolare, il configuratore virtuale ELSE, residente in cloud e aggiornabile in tempo reale, tramite la visualizzazione di modelli 3D particolarmente realistici, permette al cliente di scegliere il modello, il colore e i singoli accessori del prodotto, in maniera più conforme ai propri gusti e ai trend della moda. Il sistema ELSE si prende cura del cliente nella sua individualità tramite la rilevazione tecnologica dei parametri biofisici necessari alla creazione del prodotto su misura; la rilevazione dei parametri morfologici e il software di creazione degli ordini di produzione consentono ai fabbricanti di consegnare un prodotto più vicino alle caratteristiche del cliente (made to order) o addirittura costruito sulle sue misure specifiche (made to measure). Tutto questo a prezzi paragonabili con il “lusso accessibile” standardizzato.

Il mercato che tipo di interesse ha manifestato rispetto alla vostra proposta?

Molte ricerche confermano che i clienti del Luxury Fashion preferirebbero lo scenario del Luxury 3.0, vorrebbero, cioè, tornare alle origini della moda sartoriale, fatta però con le tecnologie più moderne e più accattivanti, per creare una

customer experience unica, invece di trovarsi nel Fast Fashion adattato anche ai brand di Lusso. Esistono, però, tanti esempi positivi di progetti e sperimentazioni per la customizzazione e produzione su misura, sebbene ancora pochi la facciano veramente. Con la piattaforma ELSE questo tipo d'esperienza d'uso, fino a un collegamento alla produzione in modalità Made-to-Order, sarà disponibile a tutti i brand. Così sarà per le tecnologie “complesse e complicate” del virtual, come visualizzazione 3D e ologrammi, design industriale e prototipazione 3D già pronti per le vendite, avatars, fitting virtuale e tanto altro, fino al ciclo produttivo “ibrido”, che unisce la parte tradizionale, per garantire la qualità del prodotto e l'uso dei materiali tradizionali, con quello che chiamano “additive manufacturing” o 3D printing.

Quali sono i vostri progetti e le vostre aspettative per il prossimo futuro?

Attualmente stiamo facendo sperimentazioni sia di laboratorio sia sul mercato, in particolare con alcuni brand di abbigliamento e accessori. Abbiamo già alcuni partner strategici fondamentali per il nostro modello di business (società high tech, istituti di ricerca, produttori, agenzie creative) e ne cerchiamo sempre altri, visti la complessità dell'attività e il desiderio di sviluppare velocemente questo mercato ancora tutto da creare. Dopo il successo delle prove “di laboratorio”, dovremo individuare i primi brand che vorranno sperimentare seriamente la customizzazione di massa o il “su misura industriale”, a livello di mercato globale e con un marketing strategico ben coerente con la visione e i valori del brand. Un'ultima considerazione: dal 2016 siamo inseriti nel Distretto delle Startup del Politecnico di Milano, Polihub: siamo, infatti, a tutti gli effetti una start up industriale, grazie alla visione globale e al modello di partnership sia nel settore sia cross-sector. Poter lavorare con i Laboratori del Politecnico e coinvolgere i neolaureati nei nostri progetti di ricerca sulle UX, 3D Design, Additive Manufacturing, ci dà un vantaggio competitivo forte rispetto a molte altre start up.



Michela Rigucci

L'INNOVAZIONE NASCE DALL'INCONTRO TRA TECNOLOGIA E CREATIVITÀ

La start up Michela Rigucci, marchio glamour di calzature femminili, disegnate dalla stessa Michela Rigucci e prodotte nel polo calzaturiero di Porto Sant'Elpidio nelle Marche, si è presentata sul mercato avvalendosi della tecnologia 3D. Nel proprio stand a TheMicam ha installato una consolle dall'elegante forma di un comò che, avvalendosi del sistema E.L.S.E. (Exclusive Luxury Shopping Experience by Else Corp), consente l'accesso a una boutique virtuale in cui è possibile visionare alcuni modelli iconici del brand, selezionare un articolo di base e personalizzarlo, gestendone la configurazione, variando materiali, colori e accessori, avvalendosi anche della consulenza della designer. Grazie a un feet scanner integrato alla base della consolle, è possibile inoltrare direttamente all'azienda l'ordine indicando la forma e la misura del piede, per acquistare un paio di scarpe personalizzate e su misura. La consolle è destinata ai retailer interessati ad avviare un innovativo rapporto di franchising con l'azienda, con il vantaggio di ridurre il magazzino e avvicinare consumatrice e produttore.