



FIERA MILANO



Ufficio stampa
Fiera Milano

Rosy Mazzanti
+39 0249977324
rosy.mazzanti@fieramilano.it

Elena Brambilla
+39 0249977939
elena.brambilla@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
info@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

Sì Sposaitalia Collezioni, la community passa dalla formazione: appena concluso il primo webinar dedicato alla bridal experience in store.

Sì Sposaitalia Collezioni lancia un nuovo programma di confronto, dibattito e formazione che ha l'obiettivo di interrogarsi sul presente e delineare il futuro del segmento bridal internazionale, attraverso **una serie di webinar dedicati ai temi più attuali del settore. Il primo, dal titolo "The 2021 Bridal Boutique Trend"**, si è appena concluso e ha coinvolto direttamente i protagonisti della community di Sì Sposaitalia Collezioni. Un successo che verrà presto replicato, seguendo un calendario di appuntamenti che continuerà per tutto l'anno. Un progetto che rafforza il senso di comunità e che si fa promotore di un dibattito interno necessario al rilancio sinergico di tutta la filiera.

A seguire i punti più salienti emersi nel corso del primo webinar "The 2021 Bridal Boutique Trend", che ha visto l'intervento di Carlo Marco Cavallo (CEO di Nicole Fashion Group), di Emanuela Franzese (docente e VM del Gruppo Aeffe), Marco Milan (Visual Team Leader Italia di Hugo Boss), Massimiliano Mincone (Head Visual Merchandising Rinascente), Gino Signore (CEO Maison Signore) e Roberta Valentini (Owner di Penelope Sposa), alla presenza di Emanuele Guido, Exhibition Director Business Unit Lifestyle, Fiera Milano e il tutto orchestrato da Silvia Paoli.

Il mondo delle boutique da sposa è stato rivoluzionato dall'emergenza sanitaria che ne ha minato i caratteri più prettamente sociali modificando l'esperienza di acquisto. Quale la direzione del cambiamento e quali le strategie e i driver su cui puntare per il futuro?

Al centro di tutto ci sono loro, gli sposi, per i quali rimane la voglia di vivere un giorno del sì indimenticabile. Che parte sempre, oggi come ieri, da una customer experience in cui prioritaria deve essere l'empatia. Si rendono necessarie nuove figure professionali che accompagnino quella tradizionale della wedding planner: una personal stylist o una visual consultant, sia in store sia nei differenti momenti organizzativi.

E se connettersi "umanamente parlando" è importante, lo è altrettanto in relazione al punto vendita, per rendere attive e feconde le connessioni che da questo si generano: è il fenomeno del phygital, quella commistione virtuosa tra reale e digitale che negli ultimi tempi si è rivelata fondamentale. Basti pensare solo alle consulenze via whatsapp che si sono tenute in questi mesi. Ma non bisogna dimenticare che questo è uno strumento potente che deve essere usato con accortezza per trasmettere tutta la ricchezza del reale anche attraverso uno schermo, dandogli un'anima e soprattutto un heritage imprescindibile, quello che fa la differenza nel momento dell'acquisto. E se gli showroom virtuali sono stati un esperimento riuscito, il ritorno alla normalità è auspicabile e richiestissimo anche nel settore wedding.

Se l'universo sposa si muove verso una logica multichannel, è evidente che il digitale può amplificare i concetti di made in Italy e il suo storytelling con la giusta dose di

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
+39 0249977324
rosy.mazzanti@fieramilano.it

Elena Brambilla
+39 0249977939
elena.brambilla@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
info@fieramilano.it
fieramilano.it

emozione tenendo sempre ben presente che “esporre è diverso dal proporre”. Ecco allora che anche la scelta dell’abito deve sottendere a una logica in movimento, la

stessa caratteristica dell’acquisto reale, in cui il digitale deve orientare e non disorientare, che è un rischio che più volte si è presentato. Lo spazio in cui viene proposto un abito ha la funzione di amplificatore del capo esposto come accade per un’opera d’arte all’interno di un museo. La sposa che si appresta alla scelta dell’abito deve essere accolta in un’atmosfera immersiva.

Proprio sull’abito si sono concentrati i pensieri conclusivi del webinar, in un’analisi precisa che ha fatto dell’evoluzione phygital del mercato il cuore di un nuovo approccio futuro, di cui già ora si vedono gli effetti. Che passa dalle consulenze su whatsapp capaci di preparare all’immersione in boutique e arriva all’analisi dei rischi di uno strumento che, se non usato a dovere, può portare a falsare la realtà e le aspettative.

Ma quale sarà il vestito del futuro? Gli interpellati non hanno dubbi: dal 2021 si vedrà un ritorno potente delle creazioni made to measure, con modelli letteralmente cuciti addosso agli sposi, in un trionfo di creatività tutta italiana che stiamo aspettando con ansia.

Per maggiori info: www.sposaitaliacollezioni.it