



FIERA MILANO

Si MILANO
SPOSAITALIA BRIDAL
COLLEZIONI WEEK

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, UN DIGITAL TALK PER RACCONTARE LE NUOVE FRONTIERE DELLA FIERA DEDICATA AL MONDO BRIDAL

Milano, 15 ottobre 2021 - Dopo il successo dell'edizione 2021, Sì Sposaitalia Collezioni conferma il suo progetto espositivo e il suo ruolo come punto di riferimento del settore *bridal* a livello internazionale, presentando **l'edizione 2022 che si terrà dall'1 al 4 aprile** e che la vedrà protagonista di novità sostanziali, tra nuove aree e spinte strategiche verso l'internazionalizzazione. Per raccontare la manifestazione erano presenti **Emanuele Guido**, Exhibition Director Business Unit Lifestyle ed **Elena Jemallo**, Exhibition Manager di Sì Sposaitalia Collezioni che in conversazione con Giuliana Parabiago, nota giornalista specializzata nel settore, hanno fatto il punto sulla prossima edizione di Sì Sposaitalia Collezioni.

Uno dei punti centrali della conversazione è stata la volontà di rafforzare il costante networking con il mercato internazionale: oltre ad una sempre maggiore attenzione all'incoming buyer di qualificati visitatori stranieri, la manifestazione vuole rappresentare il palcoscenico ideale che mette in luce non solo l'eccezionale creatività italiana, ma anche la variegata offerta straniera per incontrare la totalità del gusto internazionale.

In quest'ottica si inserisce **#sisposaontour**: un calendario di *tour* all'estero, per captare le richieste del *buyer* straniero e progettare una fiera perfettamente in linea anche con le sue esigenze. Sì Sposaitalia Collezioni si impegnerà nell'andare a toccare con mano le più interessanti realtà del settore *bridal* per capire come stanno cambiando i punti vendita, quali sono le nuove proposte e i nuovi modi di fare *business*: tutto questo sarà poi trasformato in contenuti, condivisi sui diversi canali di comunicazione al fine di aggiornare e formare costantemente la *community* che ruota attorno alla manifestazione.

#sisposaontour vuole rafforzare il focus della manifestazione sullo sviluppo internazionale, già iniziato con un ciclo di **focus group** pensati per ascoltare le esigenze del settore e con la realizzazione del **Brand Book** dell'edizione 2021 distribuito ai più importanti buyer: uno strumento digitale innovativo per diffondere con più forza le eccellenze dell'universo *bridal* nel mondo.

La conversazione è poi continuata sottolineando come la suddivisione della fiera in tre aree espositive presentata quest'anno e accolta molto positivamente dai buyer italiani e internazionali sarà arricchita da un affondo dedicato all'italianità e alla sua eccellenza produttiva con una piazza che si chiamerà **LOVE Craft**. Un'area speciale dedicata all'intera filiera della produzione dell'abito da sposa che ospiterà piccole ma preziose realtà produttive per uno storytelling d'eccezione.



FIERA MILANO

Si MILANO
SPOSAITALIA
COLLEZIONI BRIDAL
WEEK

**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

Dopo il focus sui nuovi orizzonti dell'Italian Style, il talk ha acceso i riflettori anche su altri temi che saranno al centro dell'attività di Sì Sposaitalia Collezioni quali i desideri della nuova **Z Generation** e la **sostenibilità**.

La generazione Z venuta al mondo in un periodo storico dominato dalla tecnologia e dai social vale già oggi un terzo del mercato stesso e ne guida la crescita, tanto che è destinata, nel prossimo futuro, ad arrivare a coprire l'80% dei consumi. E proprio le ragazze appartenenti a questa fascia di età hanno stupito con le loro risposte raccolte in una survey in cui dichiarano di **credere nel matrimonio tradizionale** e di cercare **l'abito da sogno** per il giorno più bello.

Il messaggio per il mercato è quindi chiaro: c'è ancora **spazio per le emozioni** e per la ricerca di un **abito unico, speciale e in aggiunta sostenibile**. Infatti, dalle survey emerge anche che le future spose sono molto attente ai concetti di sostenibilità e sarebbero disposte a spendere di più per un abito con tali caratteristiche.

In chiusura non poteva mancare l'affondo su **Milano**, capitale della moda e di conseguenza punto di riferimento per l'industria della sposa. Essere a Sì Sposaitalia Collezioni significa essere a Milano, una città nota in tutto il mondo per il suo ruolo di trendsetter come *the place to be* consacrato al bello e alla creatività.