



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

PER LA GENERAZIONE Z IL WEDDING E' GREEN

Per le nuove generazioni, al centro dell'Osservatorio e del webinar promossi da Sì Spositalia Collezioni, la tradizione è ancora importante, ma viene riletta in chiave sostenibile. Un'opportunità per le aziende del segmento

Milano, 4 marzo 2022 - Il matrimonio, secondo la Generazione Z, non è esente da certi valori e in particolare non può prescindere da uno sguardo etico, solidale e green.

La sostenibilità può trasformarsi in opportunità per le aziende della sposa? È stato questo l'argomento del webinar che Sì Spositalia Collezioni ha organizzato lo scorso 1° marzo, coinvolgendo esperti e manager del settore "Recycle, reuse, repeat: the new wedding mantra. Tendenze green, opportunità di business e casi di successo per l'industria della sposa"

Il talk digitale è stato anche l'occasione per presentare i risultati 2022 dell'Osservatorio di Sì Spositalia Collezioni "Meet The Generation Z Bride: alla scoperta degli sposi del prossimo futuro", un documento importante per capire come si approcciano al wedding. Il risultato è sorprendente: uno scenario in movimento che converge verso la **ricerca del sostenibile**, ma anche la consapevolezza del valore di un **momento classico**, anche se definito attraverso il digitale e la **tecnologia**.

Interprete delle scelte etiche dei consumatori è l'abito, oggetto/soggetto di un cambiamento totalizzante caratterizzato dalla predilezione per il vintage e per la "second chance", ovvero il possibile riutilizzo del wedding dress in altre occasioni e non più dimenticato nell'armadio. Impossibile non citare il progetto Re-Love firmato **Atelier Emé** (in collaborazione con Mending for Good), vero esempio di **design circolare** che, partendo dagli abiti di archivio, li ha rilette in chiave artigianale e creativa riportandoli a nuova vita o la nuova capsule di Elisabetta Polignano che rende l'abito da sposa indossabile di nuovo con il solo stacco delle maniche o con l'introduzione di uno strategico top.

Del resto, secondo quanto emerso dal campione degli intervistati, la scelta e l'importanza dell'abito da sposa resta centrale, così come il suo contenuto emozionale che privilegia creazioni da sogno, in fondo romantiche. Emerge anche la scelta dei **canali di vendita "fisici"** per il momento dell'acquisto, dopo un'informazione in cui è rilevante la parte digitale.

Le nuove generazioni accordano sempre di più la loro preferenza non tanto al brand, ma piuttosto al fatto che dimostri attenzione e sensibilità per i percorsi sostenibili, ora anche fashion.

**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

Conoscere la storia del marchio e, soprattutto, essere consapevoli della trasparenza del suo processo produttivo sono qualità imprescindibili che fanno la differenza al momento dell'acquisto: più della metà degli intervistati, infatti, **spenderebbe fino al 10% in più per una creazione sostenibile!** Una considerazione che, necessariamente, comprende tutta la filiera, dai materiali alla distribuzione, dove sono premiate quelle aziende che seguono, da sempre, principi produttivi etici. Come **Aquafil**, tra i relatori del webinar, uno dei principali produttori di nylon al mondo, che ha fatto questa scelta da oltre 30 anni, facendo del filato ricavato dagli scarti, il protagonista assoluto della sua idea (vincente) di **transizione circolare**.

Dall'Osservatorio si evince quanto sia importante rapportarsi con un consumatore informato, le cui scelte sono influenzate non più solo dall'estetica ma anche e soprattutto dall'approccio etico.

Una tendenza che diventa un'opportunità per le aziende, a partire dagli aspetti comunicativi, come dimostrato dall'analisi di **Mediatyche**, società leader nella consulenza che durante il webinar ha sottolineato l'importanza della comunicazione e del messaggio, evitando accuratamente di perdersi nel green washing. I vantaggi economici possono essere tanti, sia in termini di risparmio delle risorse che di riduzione dei costi, da cui può derivare anche una maggiore possibilità di investimenti in tecnologia, spesso sostenuti da programmi governativi ad hoc.

E proprio di investimenti in tecnologia ha parlato il Presidente di SMI, *Sistema Moda Italia*, **Sergio Tamborini**, spigando come come il neonato Consorzio per ottimizzare i rifiuti del sistema moda stia lavorando per favorire la crescita di tecnologie e capacità di riciclo più rilevanti di quelle attuali, affinché vengano identificate per le aziende, indici di misurabilità certi e dare un indirizzo concreto all'attività industriale del settore.