

La nicchia del sì. Più di 53mila aziende specializzate negli abiti (e nell'export)

.modaINDUSTRIA
STILE
BELLEZZA

Online il business dell'abito di nozze, l'Italia mantiene la fascia lusso

Marta Casadei — a pag. 26

Ciclone web sulle nozze, l'Italia sposa l'altagamamma

Marta Casadei

Viene spesso definito «il giorno più bello» e oggi lo deve essere non solo per gli sposi, ma anche per invitati e invitate che, oltre a presenziare, sono chiamati a postare video e immagini sui social. Facendo crescere l'appeal dell'evento. L'instagrammabilità è una delle caratteristiche dei matrimoni contemporanei che, se da un lato sono sempre meno - nel 2016, ultima rilevazione Istat disponibile, in Italia sono stati 203.258, in calo rispetto ai 245.992 di dieci anni prima -, sono sempre più ad effetto. Con location ricercate, cambi d'abito e molto divertimento.

Acquisti online e sharing

“Colpa” dei Millennials: quelli che si sposano (in Italia pochissimi: sempre secondo l'Istat l'81% degli uomini e il 65% delle donne tra i 25 e i 34 anni sono single) sono spesso abituati a condividere i dettagli della propria vita online e, nel giorno delle nozze, puntano a una condivisione addirittura amplificata. Un esempio su tutti: Chiara Ferragni e Fedez, il cui matrimonio, celebrato a Noto il 1° settembre 2018, ha puntato su un «effetto wow» prolungato, dalla *rehearsal dinner* (la cosiddetta cena della prova, una consuetudine

americana) al luna park dove si sono intrattenuti gli ospiti dopo le nozze.

Il segmento dell'industria della moda che ruota attorno al giorno del fatidico sì (abiti, accessori, calzature) non può che adeguarsi a questi nuovi trend. Il report “Spose Millennials e Generazione Z: il settore della moda nuziale nel

2020”, realizzato su commissione della Valmont Barcelona Bridal Week (Vbbw), una delle manifestazioni più importanti del settore, tenutasi dal 23 al 28 aprile scorso, pone l'accento sugli acquisti online, sulla personalizzazione del prodotto (che, appunto, deve essere unico e riconoscibile), ma anche sulla componente esperienziale del matrimonio che sta assumendo un'importanza sempre maggiore nelle scelte dei futuri sposi (48%), arrivando a un “peso” simile a quella dei prodotti (52%).

A testimoniare l'importanza sempre crescente degli acquisti online sono i numeri che arrivano dagli Usa, per tradizione un mercato all'avanguardia sul fronte dell'e-commerce: l'ultima edizione del “Wedding Industry Report Usa”, che nel 2018 “fotografava” 2.201.772 matrimoni con un costo medio di 24.723 dollari (che per i Millennials supera i 27mila), evidenzia come 1/6 delle spese siano state effettuate online: su un totale di 54,4 miliardi di dollari spesi per il giorno del sì, gli acquisti online (via computer o smar-

phone) hanno raggiunto gli 8,2 miliardi di dollari. I vestiti da sposa, un mercato da 2,5 miliardi di dollari, nel 14% dei casi sono stati comprati sul web.

Il mercato mondiale

Gli Stati Uniti non sono solo un importante mercato della moda nuziale, ma sono anche il terzo produttore mondiale, con 2,2 milioni di capi realizzati ogni anno. Davanti agli Usa ci sono solo Vietnam, al secondo posto con 2,5 milioni di capi, e la Cina, primo produttore mondiale con 12,2 milioni di unità, secondo quanto rivelato dal report di Vbbw già citato. In Europa, nel 2018, sono stati prodotti 1,8 milioni di capi: la Spagna assorbe il 49% della produzione europea e nel 2018 ha toccato gli 860 milioni di euro di ricavi, che salgono a 1,3 miliardi di euro se si considerano anche scarpe, borse e accessori.

Il valore della produzione made in Italy - spesso in mostra nelle numerose fiere nazionali, tra cui Sì Sposaitalia, che si tiene a Milano - si aggirerebbe attorno ai 600 milioni di euro. Se questa è solo una stima, di certo c'è il numero delle aziende: secondo una rilevazione della Camera di commercio di Milano, Monza e Lodi su dati di Registro imprese, al 31 dicembre 2017 erano attive a livello nazionale 22.536 aziende operanti nel confezionamento di abbigliamento esterno (legato al matrimonio), in aumento del 2,1% rispetto

all'anno precedente. In crescita anche le realtà che vendono abiti da sposa e sposo: nel 2017 erano 30.564, il 4,3% in più del 2016. A fare la differenza, come

accade quando si mette a confronto l'Italia con altri produttori di moda, è la qualità dei prodotti: nel nostro Paese, secondo il report, è più alta. Per questo

le imprese made in Italy possono puntare ai mercati dal potenziale elevato che sono affezionati a uno stile occidentale e a un prodotto di altissima gamma, come i Paesi del Golfo oppure il Brasile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MATRIMONIO CON STILE

ALBERTA FERRETTI

I capi da sfilata in versione sposa



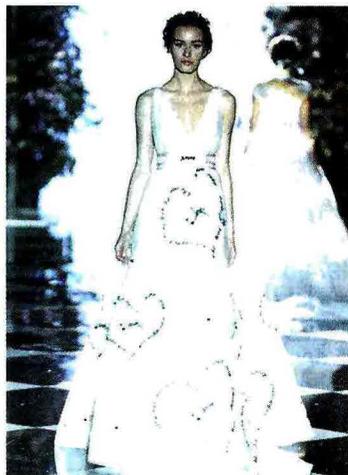
Focus sulla personalizzazione

Nel luglio del 2010, all'Hotel Ritz di Parigi, debuttava una collezione di 14 abiti dedicati alle spose che Alberta Ferretti aveva deciso di chiamare Forever, quasi l'abito fosse un suggello alle promesse di eterno amore per gli sposi. Il successo della collezione ha portato la stilista emiliana a ripresentarla, anno dopo anno, fino al 2018. Quando l'azienda ha scelto di ripensare il concetto di abito da sposa, in linea con le esigenze e i desideri delle spose contemporanee. Che preferiscono avere un prodotto personalizzato e realizzato su misura, magari una reinterpretazione di un look da sfilata. Così Alberta Ferretti - che proprio domani sarà protagonista come guest designer alla Montecarlo fashion week, dove presenterà la collezione Resort 2020 - ha scelto di portare gli abiti nuziali (due o tre a stagione) direttamente in passerella. Lasciando aperta la porta a chi, invece, vorrebbe trasformare un outfit da passerella nell'abito con cui andare all'altare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ATELIER EMÉ

L'abito diventa trasformabile



Eleganti dall'altare al party

Può essere mutevole qualcosa che simboleggia (almeno nelle intenzioni) l'eternità? Nel 2019, "versatilità" è una parola chiave anche per gli abiti da sposa, come dimostra l'abito "3.0" firmato Atelier Emé: nella presentazione della collezione 2020, lo scorso marzo nel quartier generale di Calzedonia, (gruppo al quale dal 2015 fa capo l'azienda di Castiglione delle Stiviere) di Dossobuono di Verona, uno degli abiti più ammirati e innovativi è stato proprio il "wedding gown 3.0", realizzato dalle petit mains dell'atelier sotto la guida della direttrice creativa Raffaella Fusetti. Si tratta di un abito che accompagna la sposa durante tutte le fasi della sua giornata, impeccabile per la cerimonia ma anche easy-to-wear per il party che la segue. Per le spose più "classiche" non mancano le proposte arricchite da pizzi Sangallo e crinolino, mentre per quelle più romantiche è pensata la collezione Blooming Pink, che esalta le sfumature del rosa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BEAUTY

Fino a 600 euro per il giorno del sì



Trucco e parruccho "reali"

Quello di Meghan Markle per il suo Royal Wedding era un make-up fresco e naturale a cui è stato abbinato uno chignon basso e voluminoso con tiara, ispirato allo stile anni 60 di Audrey Hepburn, come l'abito (Instagram @hrofsussex). Che si tratti di un matrimonio reale o meno, una cosa resta di fondamentale importanza: il trucco e parruccho della sposa. Un vero e proprio business per hairstylist e make-up artist se si pensa che, tra prove e realizzazione finale, si arrivano a spendere fino a 600 euro. Il segreto per un risultato soddisfacente? Una pettinatura coerente con la propria personalità e con lo stile dell'abito. «Un trend del 2019 è l'utilizzo di accessori che rendono il look più principesco, in linea con l'impatto mediatico dell'acconciatura di Meghan un anno fa - spiega Angelo Rosa Uliana, art director di Toni&Guy Italia dal blog -. Ma i trend spaziano dalle onde naturali, ai semi raccolti a chignon e raccolti morbidi fino alle trecce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL BUSINESS

12,2 milioni

Abiti prodotti in Cina

La Repubblica Popolare è il più grande produttore mondiale di abiti da sposa (ed è anche un importante esportatore). È seguito dal Vietnam, con 2,5 milioni di pezzi prodotti, e dagli Stati Uniti, con 2,2 milioni

1,3 mld

Moda sposa made in Spain

La Spagna ha il primato europeo nella produzione della moda nuziale, assorbe il 49% della produzione europea ed esporta oltre il 70%. I soli abiti da sposa valgono 860 milioni di euro

22.536

Aziende italiane

Erano operative al 31 dicembre 2017 nel confezionamento di abbigliamento esterno legato al matrimonio. La concentrazione più alta in Toscana e Lombardia



Al cinema. Sarah Jessica Parker nei panni di Carrie Bradshaw nel film *Sexy and the City 2*, tratto dalla serie tv: il vestito per il matrimonio con «Mister Big» (che poi non fu mai celebrato) era firmato dalla stilista americana Vera Wang

