



FIERA MILANO

HOMI
Fashion&Jewels
Exhibition

Ufficio stampa
Fiera Milano
Tel. +39 02 4997.6675
+ 39 02 4997.7939
homipress@fieramilano.it

Ufficio stampa
HOMI
Guitar Pr & Communication
Consultancy
+39 02 316659
homifashionjewels@guitar.it

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

Ufficio stampa / Press office

L'ACCESSORIO DEL FUTURO SECONDO I GIOVANI

Le nuove generazioni protagoniste a HOMI Fashion&Jewels Exhibition individuano le tendenze del futuro con un occhio ben puntato sul presente. Se l'evoluzione passa necessariamente dal confronto sullo stile degli under 25, le nuove prospettive e le nuove sensibilità partono da un presente mutato.

Milano, 13 Ottobre 2020. Puntare sui giovani e sulle loro scelte. Per capire il mercato, certo, ma anche e soprattutto per anticipare il futuro partendo dallo stato dell'arte attuale in un contesto vivace, energico e ricco di declinazioni interessanti. Perché precorrere e interpretare le esigenze e le richieste delle nuove generazioni è, da sempre, uno degli obiettivi principali di **HOMI Fashion&Jewels Exhibition**, la manifestazione dedicata all'universo accessory che si è appena conclusa a Milano e che, ancora una volta, si è confermata vetrina privilegiata e trasversale per indagare le tendenze e metterle al centro della sua indagine.

Moda, bijoux e accessori visti dagli under 25 sono la nuova tappa di una disamina creativa a cui la manifestazione ha dato ancora una volta voce grazie al confronto avuto con alcuni giovani studenti, di età compresa tra i 21 e i 24 anni. Gli intervistati sono stati ideali portavoce del loro target di riferimento, per capire quali siano le loro scelte in questo segmento, quali motivazioni sottendano, come sia l'atteggiamento nei confronti dell'acquisto di un accessorio piuttosto che un altro e di quale sia, poi, il valore dell'accessorio stesso.

Il tutto costituisce uno spunto di riflessione imprescindibile che premia, ancora una volta, il dna forte di brand e creativi e la ricerca di un'inclusività ormai imprescindibile, nella moda come nella vita, che segna il trionfo di un individualismo nobilitato da oggetti personalizzati e capaci di distinguere.

SCELTA DI PERSONALITÀ

È questo il vero atout che si afferma sempre di più: un gioiello, una sciarpa, un accessorio per capelli deve avere quel qualcosa di diverso che possa non solo caratterizzare a livello estetico ma che idealmente **possa essere considerato l'appendice della personalità di chi lo sceglie.**

Ridare una funzione comunicativa forte alla moda, che, fedele al suo scopo primario, sappia raccontare la storia, il carattere, l'essenza della persona è, più che una tendenza, una necessità per una generazione che ha fatto dell'elemento visivo la parte chiave della sua cultura e che proprio attraverso questo crea un manifesto coerente con la mentalità che rappresenta.

SOSTENIBILITÀ

Ciò che indosso, oggi più che mai, è il riflesso di quello che sono: un essere complesso. E il reale è sempre più sostenibile, consapevole, eco-friendly e sono proprio queste le caratteristiche che vengono ricercate dai giovani negli accessori, che diventano un ulteriore criterio di selezione e, nello stesso tempo, di valore. Spazio alle colorazioni naturali e alla connessione con la materia, quella importante e nobile, passando per il legame forte con il mondo della natura e degli animali.

Press office

Fiera Milano

Tel. +39 02 4997.6675

+ 39 02 4997.7939

homipress@fieramilano.it

Press office

HOMI

Guitar Pr & Communication

Consultancy

+39 02 316659

homifashionjewels@guitar.it

Fiera Milano S.p.A.

+39 02.4997.7134

fieramilano@fieramilano.it

fieramilano.it

APPARTENENZA ED INCLUSIVITÀ

Ma quali sono i valori sui quali i brand di oggi e di domani devono puntare per conquistare definitivamente le nuove generazioni? Se l'heritage di un marchio, la sua storia e le sue tradizioni sono ancora fondamentali per lasciare l'impronta sul presente, i fattori legati alla sostenibilità e all'inclusività, sono realmente prioritari. Per quest'ultima tendenza, la capacità di un marchio di allargarsi senza snaturarsi è considerata realmente una caratteristica vincente e un esempio per tutti è rappresentato dall'offerta declinata al maschile, un settore tradizionalmente parco di declinazioni, in cui chi ha saputo e saprà piegarsi ad ampliare le proposte, variare le collezioni, utilizzare spunti e materiali diversi avrà trovato la chiave di lettura giusta.

Tutto questo senza dimenticare il fermento del mondo dell'accessorio che dovrebbe essere foraggiato direttamente dai brand cosiddetti big, quelli cioè più forti – economicamente così come stilisticamente – che dovrebbero incoraggiare il loro mecenatismo per sostenere i giovani artisti e, al contempo, dare sempre linfa vitale al segmento.

Non prescindere dal passato, considerare l'attualità in maniera inclusiva e rispettosa dell'ambiente, avere un atteggiamento propositivo nei confronti della creatività: tutto questo crea una storia che ha al suo centro l'accessorio e che lo carica di un valore aggiunto, oltre il mero senso estetico. Un gioiello lo metti perché è bello e perché racconta qualcosa, in uno storytelling accattivante e in quella continua evoluzione che la nuova generazione non smette di mandare avanti.

CREATIVITÀ E INNOVAZIONE

E non è tutto. Al vaglio della mente critica dei giovani i risultati più interessanti del percorso in continua e raffinata ricerca di HOMI Fashion&Jewels Exhibition che, partendo dal concept e dall'incipit creativo, passando dalla scelta dei materiali e dalle lavorazioni artigianali, hanno premiato i pezzi di spiccata personalità presenti negli stand. Quali? In piena coerenza con quanto espresso sopra, plauso per le scelte materiche di **Paola Castro** e dei suoi gioielli naturali, realizzati con licheni e legni autoctoni, per le lavorazioni all'insegna della leggerezza dei metalli scavati di **Opus 4** e per la naturalità intrinseca degli anelli e delle spille di **Mondo Colore**.

Ancora una volta HOMI Fashion&Jewels Exhibition si fa osservatore privilegiato e soprattutto cartina tornasole di tendenze in fermento che sono reali, forti e diretta emanazione dei principali protagonisti, investigati, in questo caso, nella loro accezione più attiva e giovane.

HOMI Fashion&Jewels Exhibition tornerà a Fiera Milano dal 20 al 23 febbraio 2021