



Lo stile per tutti

Focus sulla moda adattiva

5 febbraio 2025

zalando



5 febbraio 2025

Moda adattiva

zalando

Studio realizzato da YouGov
per Zalando

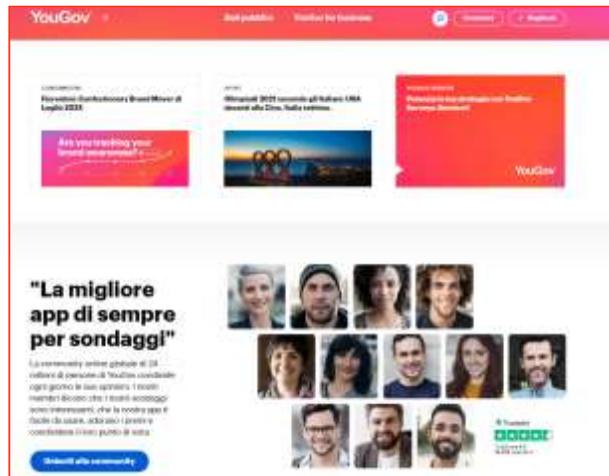
YouGov®

▶ 1 Metodologia

La moda adattiva in Italia

Chi è YouGov?

- Istituto di ricerca inglese, presente in oltre 60 paesi
- Presente in Italia da 6 anni con 90 dipendenti nella sede di Milano
- Il panel, con 27 milioni di rispondenti, è tra i più estesi e capillari del mondo



Obiettivi e metodologia

Misurare conoscenza, percepito e opinioni sulla moda adattiva in Italia: il suo stato attuale, le caratteristiche principali e possibili sviluppi.

Campione

- 1506 persone rappresentative della popolazione italiana
- Di cui 242 con disabilità*

Metodologia

- Il sondaggio è stato effettuato online, su un panel proprietario di YouGov.
- I dati sono ponderati per essere rappresentativi della popolazione adulta italiana

Interviste

- In Italia
- Interviste condotte dal 08 al 09 gennaio 2025

*Che hanno risposto «Sì, molto limitate» o «Sì, un po' limitate» alla domanda «Le tue attività quotidiane sono limitate a causa di una disabilità (fisica e/o cognitiva)?»

▶ 2 Risultati

Moda adattiva in Italia: poco conosciuta e sviluppata



La **moda** è considerato il **terzo campo meno inclusivo** per persone con disabilità (24%), dietro a trasporti (50%) e urbanistica (44%).

Domanda: Quali campi ritieni meno inclusivi in termini di accessibilità per persone con disabilità? Seleziona fino a un massimo di 2 risposte.

8 italiani su 10 non hanno mai sentito parlare di moda adattiva.

La percentuale scende a **7 su 10 tra le persone con disabilità**.



Domanda: Hai mai sentito parlare di moda adattiva? Seleziona una sola opzione.



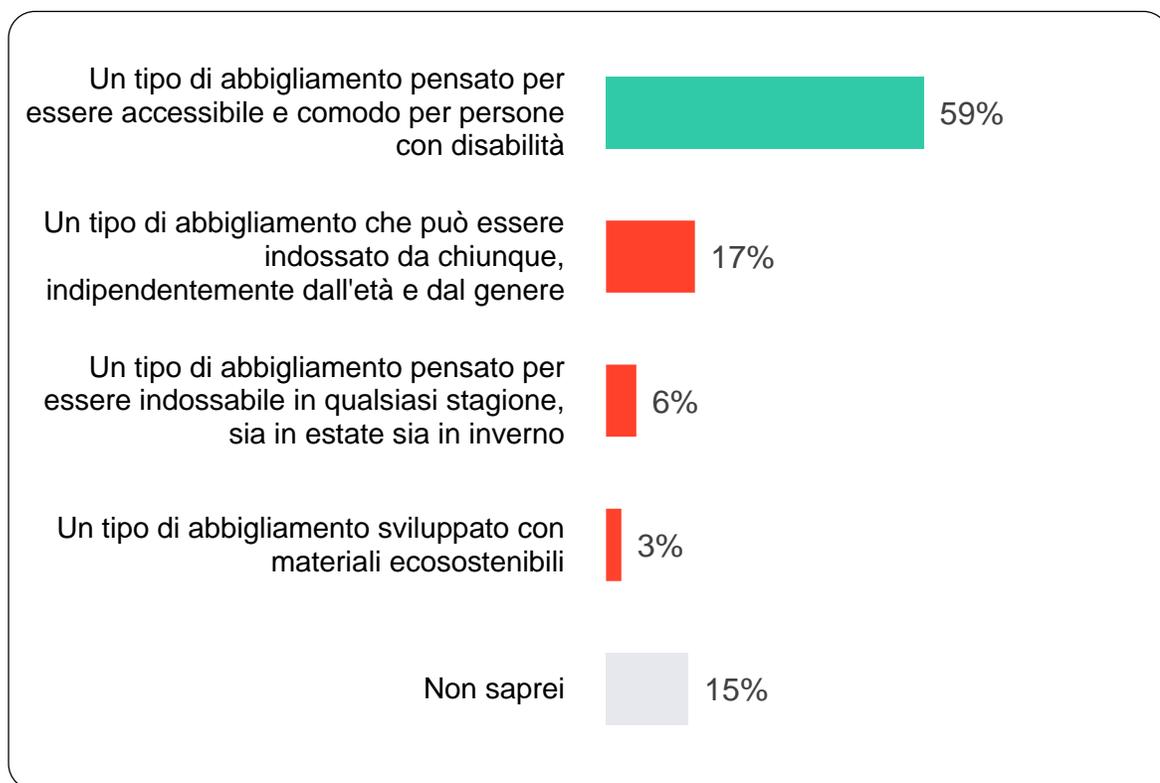
↑ **27% tra le persone con disabilità**

Degli italiani pensa che le aziende stiano introducendo dei **cambiamenti nel campo della moda adattiva**.
47% non ha un'opinione.

Domanda: Pensi che le aziende di moda stiano introducendo dei cambiamenti significativi nel campo della moda adattiva? Seleziona una sola risposta.

Moda adattiva in Italia: fiducia per il futuro

59% riesce ad associare la moda adattiva alla sua corretta definizione



58%

↑ 69% tra le persone con disabilità

Pensa che ci saranno innovazioni nel campo della moda adattiva (14% già quest'anno, 11% entro il prossimo anno, 33% entro i prossimi 3 anni)

45%

↑ 60% tra le persone con disabilità

Degli italiani sarebbe più propenso a scegliere un brand in base alla sua apertura verso la moda adattiva

Domande: Ritieni che in futuro sempre più aziende sceglieranno di proporre capi di moda adattiva? Seleziona una sola opzione. Saresti più propenso/a a scegliere un brand in base alla sua apertura verso la moda adattiva? Seleziona una sola opzione. Secondo te, quale tra le seguenti è la definizione di moda adattiva? Seleziona una sola risposta.

Base: 1506 rispondenti rappresentativi della popolazione italiana; 242 persone con disabilità

↑ ↓ Statisticamente maggiore/minore vs. totale (intervallo di confidenza 95%)

Moda adattiva in Italia: caratteristiche e limiti

I tre elementi più importanti di una collezione di moda adattiva sono: **descrizioni chiare**, **ampia selezione**, **prezzi accessibili**



Domanda: Se un brand proponesse una collezione di moda adattiva, cosa ti aspetteresti di trovare? Trascina le opzioni di risposta negli spazi sottostanti, da quella più rilevante a quella meno rilevante. - Top 3

Base: 1506 rispondenti rappresentativi della popolazione italiana; 242 persone con disabilità

Secondo gli italiani, i limiti principali per lo sviluppo della moda adattiva sono rappresentati dalla **poca consapevolezza dei brand** e dai **costi elevati**



Domanda: Quali pensi siano i limiti allo sviluppo di una maggiore proposta di moda adattiva? Seleziona fino a un massimo di 2 risposte.

Moda adattiva in Italia: strategia di vendita



Canali di vendita:
strategia mista
online + offline



38%

Negozi Fisici

Per provare i capi (23%)
Per ricevere consigli
dal personale (15%)

35%

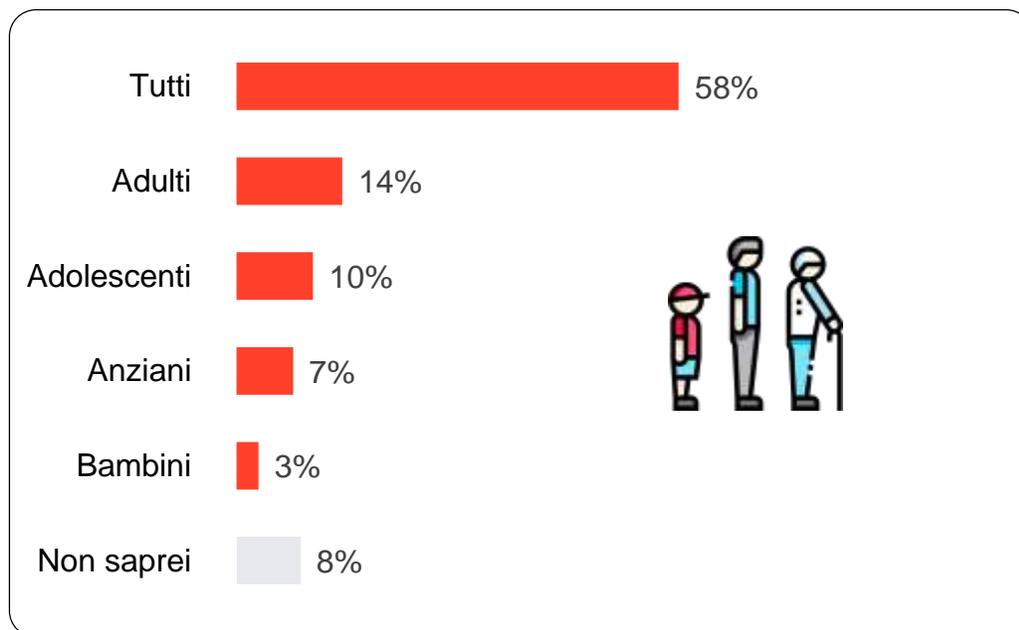
Online

Per evitare negozi pieni
di persone e non
accessibili (26%)
Per una maggiore
scelta (9%)

17%

Entrambi

Target: quasi **6 su 10**
ritengono che la moda adattiva
sarà utile per tutte le fasce d'età

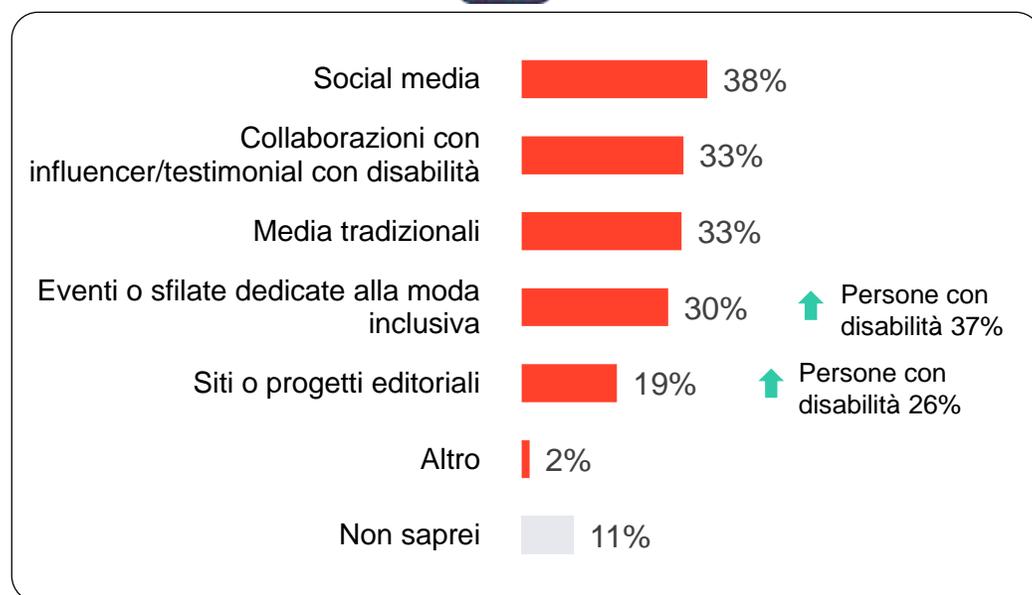


Domanda: Dove pensi che le persone con disabilità preferiscano acquistare capi di abbigliamento?
Seleziona una sola risposta.

Domanda: Quale "consumatore" potrebbe beneficiare maggiormente di un'offerta di moda
adattiva? Seleziona una sola opzione.

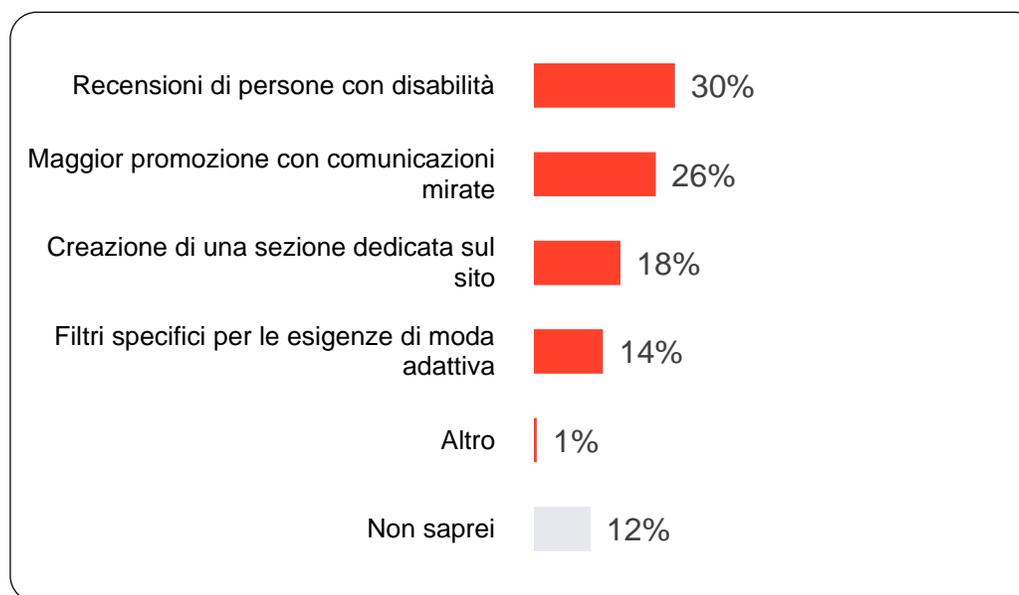
Moda adattiva in Italia: possibili sviluppi

Comunicazione: social, influencer e media tradizionali i canali più efficaci



Domanda: Quali canali pensi siano più efficaci per sensibilizzare le persone sulla moda adattiva? Seleziona fino a un massimo di 2 risposte.

Strategia: per far crescere la moda adattiva servono recensioni di persone con disabilità e maggior promozione



Domanda: Quale strategia credi possa aiutare maggiormente a rendere la moda adattiva più visibile e accessibile online? Seleziona una sola opzione.

▶ 3 Conclusioni

Conclusioni



La moda adattiva è poco conosciuta

- La **moda** è considerato il **terzo campo meno inclusivo per persone con disabilità**, dietro a trasporti e urbanistica.
- Più di **8 italiani su 10** (81%) **non hanno mai sentito parlare di moda adattiva** (7 su 10 tra le persone con disabilità). Tuttavia, oltre la metà dei rispondenti ha associato la moda adattiva alla sua corretta definizione.
- Secondo gli italiani, i **limiti principali** per lo sviluppo della moda adattiva sono rappresentati dalla **poca consapevolezza dei brand** (41%) e dai **costi elevati** (38%)
- Secondo gli italiani, gli **elementi più importanti** per una collezione di moda adattiva sono una **descrizione chiara ed esplicativa** (81%), seguita da una **scelta ampia** (75%) e da **prezzi accessibili** (71%).

...ma c'è fiducia per il futuro

- Secondo gli italiani, **per aiutare a far crescere la moda adattiva** servono **recensioni di persone con disabilità** (30%) e una **maggior promozione** (26%)
- Attualmente solo il **16%** degli italiani pensa che siano stati introdotti molti **cambiamenti nel campo della moda adattiva**. Però c'è più **fiducia per il futuro**, con il **58%** degli italiani che pensa che ci saranno **innovazioni** già quest'anno (14%), il prossimo anno (11%) o nei prossimi 3 anni (33%). Il dato cresce a quasi il 70% tra le persone con disabilità.
- Secondo quasi il **60%** degli italiani la **moda adattiva sarà utile per tutte le fasce d'età**
- **Quasi la metà degli italiani** (45%) sarebbe **più propensa a scegliere un brand in base alla sua apertura verso la moda adattiva**

Grazie!

Virginia Velcich

Junior Sales Executive, Italy

 virginia.velcich@yougov.com

Matteo Cassani

Sales Manager, Italy

 matteo.cassani@yougov.com

Giovanni Brillanti

Research Executive, Italy

 giovanni.brillanti@yougov.com

YouGov[®]

YouGov, 2022, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws.

Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited.

This information (including any enclosures and attachments) is proprietary and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided.

We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information.

We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.

business.yougov.com



Lo stile per tutti

Focus sulla moda adattiva

Eloisa Siclari

General Manager per l'Italia e la Spagna, Zalando

zalando



La sfida

Un evidente gap nel settore della moda

Una sfida per i consumatori

Oltre 1,3 miliardi di persone in tutto il mondo convivono con una forma di disabilità.

Funzionalità a discapito dello rispetto allo stile

Costi elevati per la personalizzazione dei capi

Sottorappresentazione nel mondo della moda

Una sfida per l'industria

Solo pochi brand di medie dimensioni offrono moda adattiva in Europa.

Comprensione limitata delle esigenze adattive

Nessun modello per il design della moda adattiva

Mancanza di risorse

La nostra visione

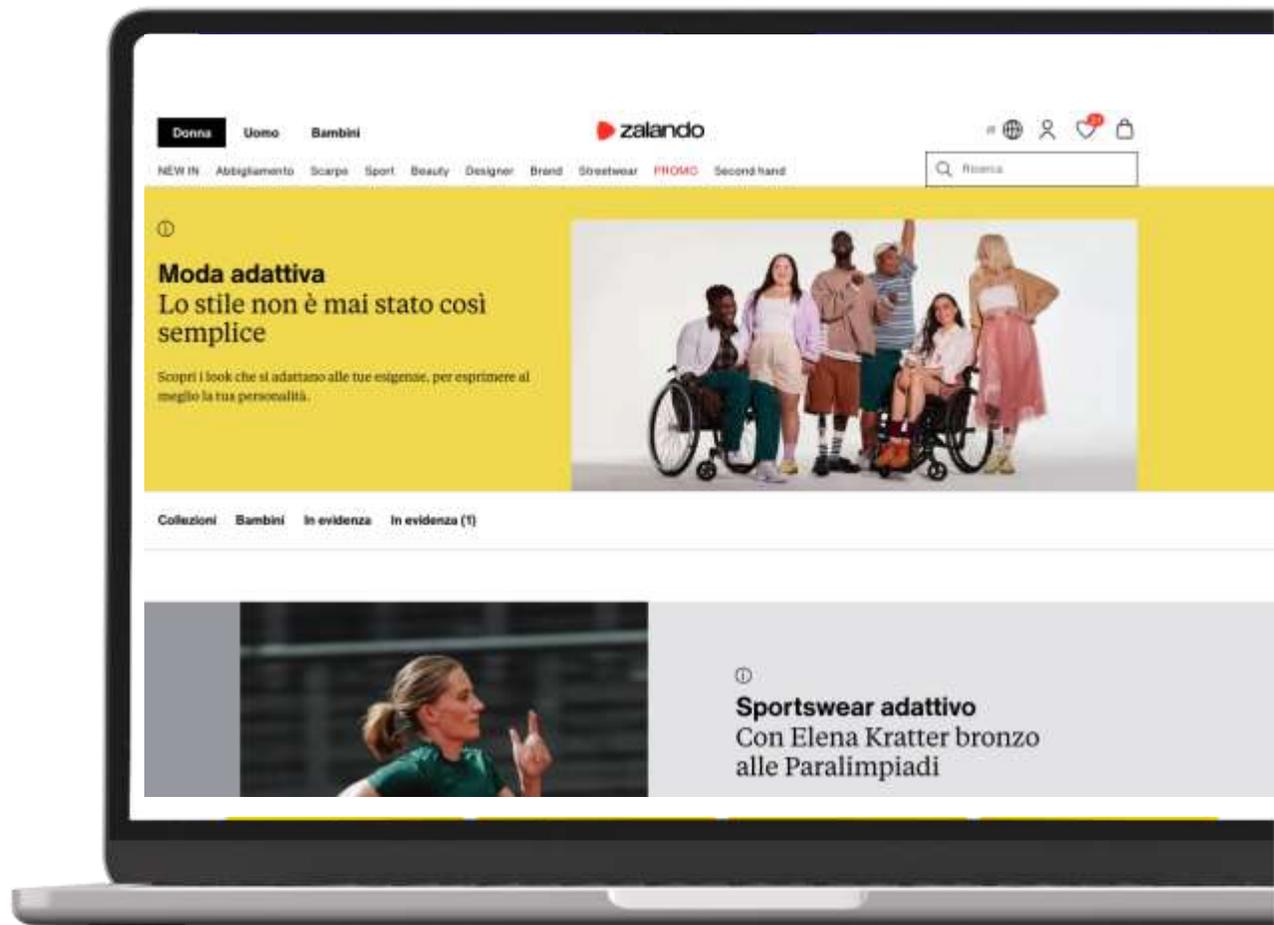
Offrire un'esperienza veramente
inclusiva per i gruppi
sottorappresentati



Il nostro approccio per trovare una soluzione

Diventare una piattaforma ancora più inclusiva

- Le Private Label di Zalando sono incubatori di innovazione, che ci permettono di offrire una selezione adattiva attraverso categorie, target e fasce di prezzo differenti:
 - Stretta collaborazione con i membri appartenenti alla comunità delle persone con disabilità
 - Focus group e prove di vestibilità durante il processo di design
 - Lo stile è fondamentale, combinato con funzionalità, accessibilità economica e comfort
- Partnership con i brand partner



Il viaggio verso la moda adattiva

2020 - oggi



2020-2022

- Processo di design di 2 anni
- Ott. 2022: lancio delle prime collezioni di moda adattiva attraverso le Private Label ed i partner
- Creazione di una landing page per la moda adattiva e di una campagna di marketing

ottobock.



2023

- Aggiornamento delle collezioni per donna e uomo
- Introduzione dei filtri di ricerca per la moda adattiva
- Rafforzamento delle partnership con Ottobock e Valuable 500

Il viaggio verso la moda adattiva

2020 - oggi



2020 — 2022

- Processo di design di 2 anni
- Ott. 2022: lancio delle prime collezioni di moda adattiva attraverso le Private Label e Tommy Hilfiger Adaptive
- Landing page per la moda adattiva e campagna di marketing

ottobock.



2023

- Aggiornamento delle collezioni per donna e uomo
- Introduzione dei filtri di ricerca per la moda adattiva
- Rafforzamento delle partnership con Ottobock e Valuable 500



2024

- Due lanci: collezione di abbigliamento sportivo e scarpe e abbigliamento per bambini
- Collaborazione con BOSS per le scarpe adattive
- Lancio di Adaptive Hub, descrizioni dei prodotti più dettagliate e customer feedback

E ora?

2025 - il futuro



- Espansione delle collezioni in nuove categorie (es. Intimo adattivo) e in categorie esistenti
- Ulteriore miglioramento dell'esperienza di shopping dei clienti per andare incontro alle loro esigenze
- Non siamo soli, siamo pronti a collaborare con nuovi partner e nuove realtà

Matteo Cattini

Powerlifter paralimpico
e ambassador di
Ottobock



È il momento di vedere le collezioni e ascoltare le vostre domande

