



Moda - Sondaggio SWG: Armani? Amato dai boomers, incompreso dalla generazione Z

Roma - 25 set 2025 (Prima Notizia 24) **Per due italiani su tre lo stilista piacentino è stato un visionario capace di creare un vero e proprio lifestyle. Il Re della moda è fortemente presente nell'immaginario collettivo, soprattutto degli over 55. I giovani, invece, fanno più fatica a percepire l'impatto innovativo.**

Ha contribuito alla visibilità del Made in Italy nel mondo, ha creato un vero e proprio lifestyle, ha trasformato l'abbigliamento maschile rendendolo più confortevole e destrutturato, ha innovato il modello di business italiano a livello internazionale e ha ridefinito i canoni estetici e sociali, superando la classica distinzione di genere. Questo è stato l'impatto di Giorgio Armani nella moda secondo i risultati di un sondaggio condotto dall'istituto di ricerca SWG. "Il Re della moda, scomparso il 4 settembre scorso, non è stato solo un grande stilista, ma anche un intelligente imprenditore. Gli italiani - si legge nel Radar SWG – riconoscono ad Armani in primis il merito di aver valorizzato e diffuso il Made in Italy a livello internazionale. Per due italiani su tre è stato un visionario capace di creare un vero e proprio lifestyle. Un innovatore che ha ridefinito i canoni estetici e democratizzato il lusso". Alfiere dell'italianità nel mondo, per il 63% del campione SWG l'eleganza è la qualità che ha contraddistinto lo stilista piacentino. "Per gli italiani la qualità che meglio descrive l'immagine di Giorgio Armani è legata ad una delle sue frasi più famose: l'eleganza. Apprezzate anche le sue doti innovative; un italiano su tre lo ritiene iconico. Quando si tratta di descrivere la moda creata da Armani, il 44% degli italiani si trova d'accordo nel definirla elegante e priva di ostentazione: uno stile classico e attento ai dettagli senza spazio per gli eccessi". Lo stile di Armani? Per la maggioranza degli italiani si tratta dunque di una eleganza sobria e senza tempo, accompagnata dall'attenzione ai dettagli. Ma c'è anche una minoranza, nella fascia d'età 18-34 anni, che lo definisce arido, superato, banale e monotono. "Una figura, quella di Armani, fortemente presente nell'immaginario collettivo, soprattutto degli over55, mentre i più giovani - emerge dal Radar SWG - fanno fatica a percepire l'impatto innovativo". La moda di Armani continuerà ad essere un riferimento a livello internazionale? I giovani immaginano nuove contaminazioni anche se "8 italiani su 10 ritengono che lo stilista continuerà ad essere un baluardo del Made in Italy nel mondo". Per un italiano su due, sottolinea il Radar SWG, il vuoto sarà comunque incolmabile. (Fonte. Radar SWG. valori espressi in %. Date di esecuzione: 17 - 19 settembre 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni).

(Prima Notizia 24) Giovedì 25 Settembre 2025

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it