AbruzzoWeb
Tutte le notizie d'Abruzzo a portata di click

FASHION GEOGRAPHY: MAPPA SHOPPING DI LUSSO, IN ABRUZZO SPOPOLANO GUCCI E BALMAIN

19 Marzo 2019



MILANO – Dall'analisi dei marchi e dei prodotti più amati nel Bel Paese nasce Fashion Geography, lo studio di Lyst – motore di ricerca leader nel mondo della moda – che mappa da nord a sud, passando per il centro e le isole, le ricerche di capi di abbigliamento e accessori effettuate online in Italia.

Per disegnare le mappe di Fashion Geography, Lyst ha comparato il comportamento e le abitudini di acquisto in rete di oltre 2 milioni di utenti italiani, analizzando le migliaia di ricerche condotte negli ultimi mesi sulla piattaforma, che consente di navigare tra oltre 12 mila boutique virtuali e siti di e-commerce.

In Abruzzo, per quanto riguarda lo shopping di lusso al femminile, spopola il marchio Balmain (18%), mentre gli acquisti degli uomini si indirizzano su Gucci (20%).

Accanto a Gucci, che domina la classifica in ben quattro regioni – Lombardia 32%, Lazio 21%, Puglia 19%, Calabria 15% -, spiccano nomi del calibro di Celine, particolarmente amato in Piemonte, dove costituisce poco meno della metà delle ricerche effettuate su Lyst (43%).

"La moda è nel Dna degli italiani e mappare le loro preferenze e abitudini di acquisto ci permette di identificare i brand – affermati o emergenti – che dettano il passo delle ultime tendenze e, di conseguenza, di tracciare un interessante quadro locale del mercato. Conoscere a fondo ciò che i nostri utenti desiderano e cercano è cruciale per offrire loro un servizio sempre più completo e dinamico, capace di rispondere al meglio alle loro esigenze di shopping", commenta Francesco Girone, responsabile Marketing e Comunicazione Italia di Lyst.

Il lusso delle maison straniere seduce le shopping addicted da nord alle isole: se, infatti, in Valle d'Aosta e Liguria sono rispettivamente Balenciaga (15%) e Ralph Lauren (30%) i brand più popolari, in Sardegna un terzo delle ricerche riguarda i prodotti di Saint Laurent, mentre in Sicilia è Alexander McQueen a conquistare la vetta (45%).

Nel centro-sud via libera alle ricerche di accessori firmati Balmain (25% in Umbria e 18% in Abruzzo), mentre Michael Kors è particolarmente amato in Campania (26%) e Basilicata (18%).

La moda Made-in Italy raccoglie consensi nelle restanti regioni: il 27% delle utenti sceglie Valentino in Veneto e Prada nelle Marche, mentre un quarto delle ricerche effettuate in Emilia Romagna (25%) ha Dolce&Gabbana come protagonista. Anche in Toscana (17%) e Friuli Venezia Giulia (18%) è lo stile italiano a trionfare, ma qui si vira allo streetwear di lusso proposto da Off-White. In Trentino Alto Adige un terzo (33%) delle ricerche riguarda Moncler: complici del successo del brand famoso per i suoi piumini di qualità eccezionale non possono essere solo la lunga stagione invernale e le celebri montagne della regione, se si considera che anche in Molise (29%) guadagna un'importante fetta di utenza.

Se le ricerche delle italiane si indirizzano sui "classici" brand da copertina, gli uomini preferiscono investire in streetwear,

meglio se di lusso. I dati di Fashion Geography parlano chiaro: sono ben cinque le regioni in cui si registrano importanti picchi di interesse per brand dallo stile casual, seppur sofisticato e “instagrammabile”. Cifre da capogiro quelle registrate dal designer Marcelo Burlon in Campania (63%) e da Nike in Basilicata (45%). In Toscana è Off-White ad andare per la maggiore (32%), mentre poco meno di un quarto delle ricerche in Liguria ed Emilia Romagna hanno per protagonista rispettivamente Stone Island (24%) e Palm Angels (22%).

Nelle isole i riflettori si accendono su Dolce&Gabbana: in Sicilia, terra che ha ispirato alcune delle collezioni più celebri e iconiche della coppia di stilisti, le ricerche del brand raggiungono il 18%, percentuale che sale al 24% in Sardegna.

In Umbria Lyst rileva un’impennata di ricerche relative a Calvin Klein che, soprattutto grazie alla sua apprezzatissima linea di intimo, conquista oltre la metà degli utenti (53%). Cifre significative anche per Fendi: in Trentino Alto Adige una ricerca su due (51%) riguarda proprio la maison romana.

I brand italiani trovano numerosissimi sostenitori anche nelle Marche e in Valle d’Aosta: nella prima delle due regioni è Prada a convincere un quarto dei fashion-nauti (25%), mentre nella seconda il marchio più amato è Moncler (22%): sarà l’aria di montagna a influenzare le ricerche in questo caso?

Nelle restanti regioni gli uomini prediligono lo stile internazionale. Se, infatti, Balenciaga, grazie alle sue “ugly sneaker”, regine dei social in tutto il mondo, conquista un’importante fetta di utenti in Puglia (23%) e in Friuli Venezia Giulia (14%), in Piemonte è l’intramontabile eleganza di Burberry a spopolare (28% delle ricerche totali).

L’accessorio più amato: le sneaker battono le borse e, insieme a Gucci, mettono d’accordo uomini e donne

A mettere d’accordo i fashion addict di tutto lo Stivale sono le sneaker, categoria merceologica più cercata online nell’ultimo anno sia da lui che da lei. Sorprendentemente, infatti, le scarpe sportive scalzano l’accessorio femminile per eccellenza – la borsa – dalla vetta della classifica.

Le borse, di contro, occupano ben due posizioni nella top 5 dei prodotti più desiderati da lei: medaglia d’argento, infatti, ai modelli a tracolla, di bronzo a quelli a spalla.

Grande l’interesse sia da parte di uomini che di donne anche per le giacche, al secondo posto della top 5 maschile e al quarto di quella femminile, che si chiude con gli abiti. La classifica dei prodotti più desiderati dall’uomo, invece, prosegue con t-shirt e felpe – che, rispettivamente al terzo e quarto posto, ribadiscono la preferenza di lui per l’abbigliamento comodo e sportivo – e con le cinture, accessori funzionali e indispensabili per dare una marcia in più anche agli outfit più semplici.

La passione per le sneaker non è l’unico punto di contatto tra l’universo fashion maschile e quello femminile. Guardando ai brand più amati in Italia, Lyst registra un generale picco di ricerche per Gucci: gli iconici prodotti della maison toscana sono stati i più desiderati in diverse regioni. Prendendo in considerazione le evidenze femminili, Gucci trionfa in Lombardia (32%), Lazio (21%), Puglia (19%) e Calabria (15%). Per quanto riguarda le preferenze degli uomini, se il marchio italiano conferma il suo successo all’ombra di Colosseo e Madonnina (Lazio 22% e Lombardia 17%), spicca sugli altri brand anche in Veneto (26%) e Abruzzo (20%).

Il divario tra lui e lei si amplia, invece, quando si guarda al portafoglio. A sorpresa, i più “spendaccioni” sono gli uomini che, per un ordine su Lyst.it, spendono in media circa 267 euro, a fronte dei 249 euro spesi mediamente dalle donne.

© 2026 Abruzzo Web Enfasi srl - Quotidiano digitale registrato presso il Tribunale dell'Aquila con decreto n°501 del 2 settembre 2003
Iscrizione al ROC n. 26362 - P.IVA 01812420667
Direttore responsabile Berardo Santilli