

DESIGN, THINK, CHANGE

Ferragamo e la rivoluzione sostenibile: quando Gen Z e Millennials plasmano il futuro della moda

Firenze, 13 marzo 2025 – In un contesto di crisi che scuote l'industria della moda, Ferragamo si distingue non solo affidandosi alle convenzionali analisi di marketing, ma soprattutto abbracciando l'energia e la creatività dei veri protagonisti del cambiamento: gli studenti della Gen Z e Millennials. Durante il talk **Design, Think, Change**, svoltosi il 12 marzo presso l'Aula Magna del Manifattura Campus di Polimoda, **Matteo Ward**, co-founder di WRÅD e CEO di Inside Out Fashion Textiles & Home, ha moderato una discussione su innovazione e sostenibilità insieme a **James Ferragamo**, Chief Product Officer del Gruppo Ferragamo, **Davide Triacca**, Sustainability Director di Ferragamo, e dieci studenti internazionali del **Master in Sustainable Fashion** di Polimoda.

Il talk ha presentato i risultati di un ambizioso progetto di ricerca sviluppato dagli studenti in collaborazione con Ferragamo, da cui nasce l'idea di un **hub di innovazione interdisciplinare** capace di integrare sperimentazioni su scala industriale, soluzioni di circular economy e tecnologie digitali, in un **nuovo modello di business responsabile per le aziende di moda**. Le proposte innovative – che spaziano da nuove soluzioni modulari per l'upcycling e la riduzione degli sprechi, alla gestione sostenibile delle risorse idriche, fino all'educazione del consumatore con il supporto del A.I. e della realtà virtuale – dimostrano come la sinergia tra tradizione artigianale e innovazione tecnologica possa trasformare radicalmente il fashion system.

Ferragamo, agendo da catalizzatore di idee e supporto diretto alle nuove generazioni, si conferma oggi come motore del cambiamento verso un lusso consapevole e sostenibile.

Il progetto

Reimmaginare un'icona nel nuovo millennio, valorizzandone il patrimonio immateriale e l'innovazione senza tempo: questa è la sfida che gli studenti del Master in Sustainable Fashion hanno raccolto, ispirati dall'approccio visionario di Ferragamo e dalla sua enfasi su valori, artigianalità e cura dei dettagli. Il risultato è un portfolio di idee innovative e responsabili, proposte dalla futura generazione di manager: dagli hub di innovazione a una gestione consapevole dell'acqua, dal design modulare e circolare per le calzature a nuove esperienze sensoriali guidate dalla tecnologia nei principali store.

Il progetto ha preso forma a partire dall'analisi del patrimonio conservato **nell'Archivio e nel Museo Salvatore Ferragamo**, per poi approfondire i processi operativi della maison – dal design alla produzione fino alla distribuzione. Grazie all'adozione di **metodologie di design thinking e analisi di sistema**, queste ricerche si sono tradotte in proposte concrete, applicabili all'industria per un futuro della moda più etico e innovativo.

Oltre a promuovere la sostenibilità, Design, Think, Change mira a **rafforzare il dialogo intergenerazionale** e a valorizzare il talento e la visione delle nuove generazioni. Attraverso questa iniziativa, le prospettive di Gen Z e Millennials si integrano nel dibattito con aziende affermate e leader del settore, contribuendo a ridisegnare il futuro della moda in chiave sostenibile.

Un hub di innovazione interdisciplinare

Il progetto di ricerca degli studenti propone la creazione di un **hub di innovazione interdisciplinare e collaborativo** – la *Fabbrica Ferragamo* presentata da Thomas Bernhardt – che rivoluziona il fashion system attraverso la sperimentazione su scala industriale di materiali e design sostenibili. Ispirato dall'eredità dei grandi

maestri della moda, l'hub trasforma sfide economiche e ambientali in opportunità di rinnovamento, integrando innovazione, collaborazioni cross-settoriali e coinvolgimento diretto dei consumatori per un lusso responsabile.

I risultati hanno evidenziato come **investire nella sperimentazione di materie prime innovative e processi produttivi eco-compatibili** sia alla base di un cambiamento radicale nel settore: non solo riduce l'impatto ambientale, ma permette di sviluppare prodotti con prestazioni elevate e un design accattivante. L'utilizzo di materiali riciclati, biodegradabili o ottenuti tramite tecnologie avanzate rappresenta una leva fondamentale per trasformare il ciclo di vita del prodotto.

Il progetto evidenzia la necessità di un **approccio olistico alla sostenibilità**: non bastano soluzioni isolate, ma occorre ripensare l'intero sistema produttivo, dalla progettazione al post-consumo. Le **collaborazioni cross-settoriali** risultano fondamentali: sinergie tra università, centri di ricerca, startup, ONG e brand generano soluzioni integrate e innovative, favorendo lo scambio di competenze e l'adozione di approcci multidisciplinari essenziali per superare le sfide ambientali e sociali lungo l'intera filiera della moda.

Le soluzioni innovative

Gli studenti hanno presentato una serie di soluzioni che, integrate in un unico hub di innovazione e sperimentazione, possano dare vita a un ecosistema sostenibile in cui tradizione artigianale, processi produttivi moderni e tecnologie digitali convergono per promuovere un modello di business circolare e responsabile.

La prima proposta si concentra sulla **gestione sostenibile delle risorse idriche**, una criticità globale particolarmente rilevante in Toscana, dove il distretto conciario e la produzione della pelletteria evidenziano l'urgenza di interventi mirati. La ricerca ha identificato soluzioni innovative per ottimizzare l'utilizzo dell'acqua nei processi produttivi, sfruttando tecnologie di riciclo e sistemi di monitoraggio capaci di garantire efficienza e ridurre gli sprechi. Questo approccio suggerisce una gestione più consapevole e responsabile, che parta dai brand e si estenda fino ai fornitori di materie prime. L'acceleratore per startup *WaterWise Accelerator*, progettato da Katelyn Kelley e Mhari Reid, punta a promuovere l'innovazione nella gestione idrica lungo tutta la filiera della moda, con un approccio olistico che consente all'azienda di assumere una posizione di leadership nella gestione responsabile delle risorse idriche.

Il **modello di economia circolare** emerge come una strategia vincente per il fashion system. La possibilità di riprogettare capi e accessori con un design che consenta riparazioni, aggiornamenti e recupero dei materiali rappresenta una sfida stimolante per l'intero settore. Lo studio di Angie Ramos – a partire dal modello pionieristico per la sneaker di alta gamma *The ARC shift project* - ha dimostrato che la circolarità, integrata nel design attraverso soluzioni modulari, può trasformare il tradizionale modello "usa e getta" in un approccio che valorizza il riuso e il rinnovo dei prodotti.

Anche l'esperienza retail non è rimasta indifferente a queste innovazioni: **l'integrazione di esperienze immersive e interattive** nei punti vendita, tramite l'uso di smart mirrors e sistemi di gamification, si configura come un approccio efficace per educare il consumatore e guidarlo verso scelte più consapevoli. Queste soluzioni trasformano il tradizionale store in un ambiente dinamico, in cui il digitale si fonde con l'esperienza fisica per valorizzare ogni aspetto del percorso d'acquisto. *Sustainability & Luxury: Bridging the Gap* di Saniya Kale propone un'esperienza retail basata sull'intelligenza artificiale per educare i consumatori su materiali sostenibili, artigianalità etica e consumo consapevole, integrando il concetto di lusso responsabile nel percorso di acquisto.

Un ulteriore punto di forza emerso riguarda **l'integrazione fisico-digitale**. Gli studenti hanno osservato come l'utilizzo di tecnologie digitali, quali chip NFC, applicazioni per il wardrobe management e soluzioni basate su intelligenza artificiale, possa creare un'esperienza d'uso connessa e personalizzata. Questi strumenti permettono di monitorare lo stato dei prodotti, fornire suggerimenti per la cura e il riutilizzo, e instaurare un dialogo diretto con il consumatore, prolungandone la vita e rafforzandone il legame con il brand. *Ferragamo Digitale* di Loghan Slabe & Adela Cerna ipotizza una linea di agende con copertine ricaricabili e inserti in carta derivata dal riciclo tessile, abbinate ad una app dedicata a promuovere la longevità del guardaroba attraverso suggerimenti dell'AI.

La ricerca ha anche analizzato **l'upcycling e il recupero di deadstock** come pratiche innovative per ridurre lo spreco. Trasformare materiali invenduti o scarti di produzione in nuovi prodotti di alta qualità non solo consente di abbattere i costi ambientali, ma arricchisce il valore narrativo e qualitativo dei capi, dando loro una seconda vita nel mercato. *The Ferragamo Circular Pop-Up*, proposto da Victoria Scholz, valorizza i materiali di deadstock dell'azienda per creare collezioni in edizione limitata, vendute attraverso pop-up itineranti in prestigiose location nel mondo, con un approccio circolare che prevede riparazioni e tracciabilità.

Il progetto ha infine messo in evidenza l'opportunità di **educare i clienti alla sostenibilità attraverso prodotti di lusso accessibili come primo punto di ingresso**. L'adozione di imballaggi ricaricabili e l'utilizzo di ingredienti locali e biologici, scelti con criteri di sostenibilità, sono soluzioni che rispondono a una crescente domanda di trasparenza e responsabilità, valorizzando il territorio e rafforzando la fiducia dei consumatori. *Essence by Ferragamo* di Kate Kawelek e Mia Van Der Nest introduce l'idea di una fragranza responsabile, realizzata con materie prime biologiche di origine locale e flacone ricaricabile, creata per preservare l'ambiente e tutelare la salute dei consumatori.

I commenti

"Design, Think, Change vuole stimolare una nuova metodologia progettuale. Il design thinking è, per sua natura, esplorativo, iterativo e non lineare. Non segue la logica binaria del giusto o sbagliato e, quindi, non mira esclusivamente alla ricerca della soluzione al problema. Nei progetti, lo scopo è mettere in discussione e affinare continuamente e sistematicamente le nostre convinzioni, piuttosto che indossare paraocchi per rispettare rigidamente un piano iniziale."
- **Matteo Ward**.

"Siamo orgogliosi di collaborare con Polimoda e Matteo Ward in un progetto che unisce la nostra eredità artigianale con lo sguardo fresco e innovativo delle nuove generazioni. Design, Think, Change rappresenta un'occasione straordinaria per ispirare un futuro sostenibile nella moda, attraverso la creatività e le idee pionieristiche degli studenti del Master in Sustainable Fashion. Questo percorso rappresenta per noi un'opportunità unica per coniugare tradizione e innovazione, ridefinendo il futuro della moda in chiave sostenibile e responsabile." - **James Ferragamo**.

"La nostra generazione vuole guidare una trasformazione radicale nel modo in cui la moda affronta la sostenibilità, puntando su azione e responsabilità. Sosteniamo un approccio olistico: sostenibilità non significa solo creare prodotti responsabili, ma spingere i brand ad andare oltre il prodotto, affrontando le disparità sociali e culturali per le quali urge un cambiamento. Una prospettiva che non solo genera un impatto concreto, ma alimenta anche la fiducia e la lealtà verso i brand che scelgono di impegnarsi davvero." - **Katelyn Kelley**, una delle studentesse coinvolte nel progetto.

Ferragamo tra tradizione e trasformazione

Con quasi 100 anni di storia, **Ferragamo** rappresenta un simbolo dell'eccellenza italiana. Il marchio custodisce nei suoi archivi un patrimonio unico, base di partenza e fonte di ispirazione per nuove direzioni creative. Il valore della sostenibilità è profondamente radicato con la strategia del brand, che adotta annualmente un Piano di Sostenibilità fondato sulla riduzione delle emissioni di carbonio, l'innovazione dei materiali con un particolare focus sulla pelle, una catena del valore responsabile, l'empowerment delle sue persone e la creazione di valore condiviso per le comunità. Grazie alla collaborazione con gli studenti di Polimoda, il brand vuole fondere heritage ed innovazione per trovare nuovi spunti allineati al raggiungimento dei suoi obiettivi.