



ESTENSIONE • è una nicchia ma ha già contagiato sportswear e casual

Vestirsi sull'onda del surf

Dalle spiagge alla città. Colori vivaci e accessori all'ultima moda

EMANUELE SACERDOTE

Non è necessario andare alle Hawaii o in Australia per praticare il surf. Biarritz in Francia, Tarifa in Spagna o addirittura la

spiaggia del Sale a Livorno sono alcune delle località più accreditate per fare surf senza muoversi dal vecchio continente.

In Europa negli ultimi tre anni il surf in effetti è diventata di moda, non solo o non tanto come sport da praticare, ma come stile di vita: la ricerca della difficoltà e dell'estremo. Per gli appassionati è stato coniato un nome che calza a pennello: board

generation. L'appellativo identifica coloro che utilizzano la tavola per scivolare nei luoghi più disparati: in acqua (surf, windsurf, wakeboard, cioè tavola al traino), sulla terra (skate o sandboarding sulle dune del deserto), sulla neve (snowboarding), in aria (paracadutismo con la tavola per evoluzioni in caduta libera). La loro filosofia di vita è improntata alla ricerca del nuovo, della perfezione e della sfida con la natura. Basti ricordare i film che hanno fatto storia: "Un mercoledì da leoni", "Point break". Lì si ritrovano tutti gli elementi - valori, principi, fascino - del mondo del surf. Marca di culto Billabong, l'impresa che ha fatto strada nel settore tanto da guadagnare la leadership sui mercati internazionali dove è ri-

conosciuta la sua fama.

Come tutti gli stili di vita, una delle espressioni più evidenti è l'abbigliamento. Quindi colori vivaci, graffiti etnico-geografici, vestibilità ampie, design minimale. Le aziende che producono abbigliamento, il cosiddetto surfwear, hanno in listino due capi imprescindibili: costumi da bagno e T-shirt. In certi casi



sono gli stessi produttori di tavole e attrezzature che producono i capi.

Nel quadrante della moda (il posizionamento di mercato del segmento)



Fonte: elaborazione dell'autore

Per comprendere meglio il mercato bisogna allargare il campo: diverse aziende hanno ampliato la loro offerta estendendo la marca a settori limitrofi, per esempio agli occhiali da sole, O'Neill, o a sport molto affini come lo snowboard, Quicksilver. Senza dimenticare felpe, pantaloni, Bermuda e cappellini con chiara ispirazione al mondo del surf e ai suoi luoghi di culto.

Anche se il surfwear è un mercato piccolo, fatto per lo più di piccole aziende iper-specializzate e di qualche media impresa, interessanti sono i suoi sviluppi. Tanto da contagiare i marchi più alla page dell'abbigliamento giovanile, nello specifico del casual e dello sportswear. È il caso delle ultime collezioni presentate da 55Dsl, World Tibe, Meltin'Pot, che dal mondo del surf hanno tratto ispirazione.

Le marche e i riferimenti dello stile

ABBIGLIAMENTO

O'Neill

Creata dal famoso surfista Jack O'Neill che nel 1952 inventò la muta per proteggersi dalla temperatura fredda dell'oceano. Attualmente O'Neill mantiene il suo primato nella produzione di mute, scarpette e guanti per il surf. La sua produzione si estende ad altri sport - sci d'acqua, windsurf, immersioni - e da tempo comprende anche abbigliamento.

Quicksilver

Nasce per opera di due famosi surfisti australiani, John Law e Alan Green, che hanno dedicato tutta la loro vita al surf. Hanno reinventato gli short da surf enfatizzando funzionalità e stile. Quicksilver è considerata la marca di riferimento di questo mercato. Da poco offre una collezione completa anche per abbigliamento da snowboard.

Mistral

Azienda svizzera leader nella produzione di tavole da windsurf: ha esteso la sua offerta alla commercializzazione di abbigliamento sportivo e accessori.

Mambo; Bear; Ocean Pacific; Maui & Sons; Scorpion Bay

Sono tutte famose per l'abbigliamento da surf che propongono. Nell'offerta spiccano, in particolare, le collezioni di T-shirt: sono magliette molto colorate, con riferimenti etnici.

ACCESSORI

O'Neill; Arnette; Smith

Sono le marche di riferimento per gli occhiali da sole.

Nike

Ha presentato un orologio studiato apposta per i surfisti un potente microchip interno segnala le maree delle principali spiagge del mondo dove è possibile praticare l'attività.

© MARK UP

Dove si vende e come si comunica

DISTRIBUZIONE

Date le ridotte dimensioni del mercato esistono pochi negozi specializzati che però diventano luoghi di ritrovo degli appassionati del surf proponendo riviste di settore, corsi e strumenti vari (video).

I negozi situati nelle località balneari offrono collezioni e marchi di importazione. Per contro i negozi di sport di grande superficie hanno inserito nella loro offerta sia le tavole sia l'abbigliamento da surf.

COMUNICAZIONE

La vera comunicazione è svolta dai marchi sulle tavole da surf e dalle T-shirt sulle spiagge. Esistono parecchie riviste di settore provenienti da Stati Uniti e Australia.

TENDENZE

Dopo il forte sviluppo recente il surfwear non è più una novità. Probabilmente a breve entrerà in una fase di maturità mantenendo però vivo il suo fascino, un fattore indispensabile per assicurare una buona presenza.

© MARK UP

più

- P Alto profitto
- P Fascino e moda

meno

- Q In fase di maturità
- Q Prezzi elevati
- Q Stagionalità