



MOBILITÀ • un nuovo trend nel modo di vestire, studiato per chi si muove molto

In viaggio con il moving wear

Tessuti e materiali specifici. Senza rinunciare allo stile

EMANUELE SACERDOTE

Perennemente in viaggio: per lavoro o per turismo. Una circostanza che ha finito per condizionare la società attuale assumendo dimensioni sempre più importanti. Tanto da dar vita a un nuovo target, quello dei cane-nomadi, che vivono il viaggio come esperienza, ricerca e scoperta. Il tutto si è tradotto in business: il viaggio si è trasformato in industria. È un settore dai confini sempre più vasti che non vede coinvolti solo tour operator e agenzie di viaggi, ma si allarga a comprendere libri, giornali, valigie, accessori e strumenti dedicati, servizi specializzati di consulenza, informazioni e an-

più

- ◀ Ricerca e sviluppo di prodotti
- ◀ Standard di materiali e lavorazioni

meno

- ◀ Prezzi elevati
- ◀ Distribuzione limitata

che, perché no, abbigliamento specifico per il movimento.

Per tutti quelli che ricordano il film "Turista per ca-

so", l'abbigliamento tipico da viaggiatore - che d'ora in poi definiremo con il termine di moving wear - potrebbe rappresentare la tipologia ideale: un guardaroba fatto apposta per affrontare qualsiasi evenienza fuori casa.

Cosa intendiamo? Moving wear è l'insieme di quei capi studiati e disegnati per uno scopo: viaggiare o comunque muoversi con agio e facilità. Non ha importanza la durata - un giorno, un week end - quanto piuttosto l'azione e la funzione del capo: in movimento. L'abbigliamento diventa così un contenitore funzionale e pratico per andare in giro ricco di accorgimenti: tasche aggiuntive formato passaporto e carta d'imbarco; taschini chiusi da zip per monete e differenti valute; ganci portachia-

vi; tasconi interni riparati per riporre giornali, documenti e via dicendo. E ancora: materiali idrorepellenti, traspiranti e termoregolatori, capi sfoderabili in funzione del clima, trattamenti non-stiro.

Esaminando l'offerta di moving wear si possono rilevare due grandi aree.

Turismo: è l'abbigliamento da viaggio turistico; ha un'impostazione prettamente casual e informale.

Rientrano in quest'area: giacche coloniali da safari (sahariane); pantaloni multitasche, magari provvisti di zip al ginocchio per



Le marche e i riferimenti dello stile

TURISMO

Khaki Jungle

Distribuito da WP. La linea Safari presenta una collezione dedicata per i turisti che vogliono indumenti comodi e pratici.

Mason's

Marchio dell'azienda Foster, ha presentato all'ultimo Pitti Uomo a gennaio 2000 un pantalone che si trasforma in tenda.

Ten Yards

Una linea di giacche per usi specifici: Classic Car Jacket in auto; Worldwide Jacket in aereo; Motor Jacket in moto.

Vespa

Prodotto e distribuito da WP Lavori incasso. Diversi capi per muoversi in città, compreso un blazer blu con interno staccabile in trapuntino.

BUSINESS

Bonsen

Il total look per il business man. Fattori di successo dei capi: tessuti elasticizzati e non-stiro.

Bostonian

Ha presentato un giaccone con una tasca, Newspaper Poket, adatta a contenere e trasportare il quotidiano.

Fay

Diego Della Valle presenta un blazer multifunzionale da viaggio (Travel Jacket) per il manager

Lubiam

Clockwork: abbigliamento per tutte le situazioni di viaggio. L'idea è un set, componibile strato su strato, per differenti occasioni.

In giro per il mondo

(il posizionamento di mercato di alcuni marchi)



Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

Dove si vende e come si comunica

DISTRIBUZIONE Prevalentemente nei negozi d'abbigliamento casual e sportivo. Le boutique propongono capi dell'area business, reperibili a volte anche nei duty free degli aeroporti. A Milano è stato aperto recentemente un negozio, B612, totalmente dedicato al concept del viaggio con proposte di servizi ad hoc e articoli specifici.

COMUNICAZIONE La stampa è il medium utilizzato dalle aziende per promuovere i propri prodotti.

TENDENZE Una tendenza prevedibile sarà l'utilizzo di alcune idee e concetti provenienti da settori di maggior impostazione sportiva e tecnica. Nuovi mezzi di comunicazione (internet; gsm) saranno investiti dal business a breve. Il movimento sarà molto probabilmente tra le prime aree su cui fare test di prodotto per affinità concettuale e coerenza di contenuti.

Fonte: elaborazione dell'autore

© MARK UP

trasformarsi in bermuda; capispalla con protezione Uv, per proteggersi dai raggi del sole.

Business: è l'area di ispirazione più formale e classica. Target: gli uomini d'affari, individui che passano molto del loro tempo da una città all'altra per lavoro. I loro vestiti devono

essere sobri ed eleganti, combinando insieme funzionalità e stile. Capi di riferimento per eccellenza sono: il blazer, la giacca di colore blu scuro, e l'impermeabile, quello leggero che può essere ripiegato comodamente in valigia, senza rinunciare all'eleganza.