



PERSONALIZZAZIONE • è la moda emergente, espressione delle grandi metropoli

I giovani vestono street wear

Sono capi dalla forte personalità, in armonia con gli sport in voga

EMANUELE SACERDOTE

Negli ultimi anni abbiamo assistito al nascere e al moltiplicarsi di diverse tipologie d'abbigliamento giovanile. Lo street wear - alla lettera, vestito da strada - è uno degli stili emergenti nell'area dell'urban wear: si distingue per creatività stilistica e per innovazione delle forme/funzioni. Di matrice prettamente anglosassone, trova in uomini e donne di 15-25 anni, residenti in grandi agglomerati urbani, il suo target ideale. L'area di riferimento dello street wear è l'abbigliamento informale/casual: sono capi dalla forte personalità. La ricerca stilistica non si limita ai dettagli ma punta decisamente su nuove inclinazioni, funzioni e materiali.

Una delle peculiarità del segmento è la mancanza di un leader assoluto e ricono-



Le marche e i riferimenti dello stile

ABBIGLIAMENTO	
DSL55	brand extension di Diesel, è specializzata in abbigliamento street da skateboard e snowboard
World Tribe	marca di riferimento per molti consumatori interessati a questo stile di vita
Meltin Pot	una delle marche italiane che ha dimostrato di poter competere con le marche d'oltre oceano
Onyx; Sixty; Energie	marche prevalentemente femminili che stanno evolvendo dal soft grounge allo street wear
Degre 7; Nitro; Burton	marche prettamente da snowboard
Scorpion Bay; Pornstar; Oxbow; Bear; O'Neill; Quicksilver; Ocean Pacific	si rifanno al mondo del surf e cercano di riproporre nei modelli tutta la mitologia di questo sport estremo
SCARPE	
Converse all Stars	marchio storico, rilanciato ultimamente con un posizionamento più street
Nose; Stride; Airwalker	tra i marchi più noti di scarpe a pianta larga, adottate per la loro comodità
CAPPELLINI	
Kangol; Spiewalk	marchi leader negli accessori

sciuto. L'offerta si compone di una moltitudine di prodotti e accessori, spesso e volentieri di nicchia, alcuni dalla vita piuttosto effimera.

Lo street wear è lo stile che meglio di ogni altro esprime comodità: i capi si distinguono per una vestibilità più ampia e abbondante del normale, non è raro vedere indosso capi di

3 o 4 taglie più grandi, i cosiddetti oversize.

L'ispirazione viene dalla città, dal suo underground metropolitano, dalle nuove espressioni musicali, del tipo di Natalie Imbruglia, dei Prozac+ ecc., e dai gliding sport, gli sport di scivolamento, come vengono definiti abitualmente skating (skate board), surfing (surf),



Nel quadrante della moda (il posizionamento dello streetwear)



Fonte: elaborazione dell'autore ©MARK UP



vare identità e segni comuni nel modo di vestire, nei capi indossati e nelle marche più gettonate. Il consumatore tipo avverte l'esigenza di interpretare e adattare l'abbigliamento al proprio gusto per creare uno stile il più personale possibile. ★

Dove si vende e come si comunica

DISTRIBUZIONE In negozi ad hoc. Vendono attrezzature da surf e snowboard. Dispongono anche di riviste, libri e calendari degli eventi. Negozi di tendenza: Morgan Air Intl a Milano e Crazy Surf a Napoli.

COMUNICAZIONE Veicolo di diffusione per eccellenza è il passaparola. Mtv e cinema sono i media più seguiti. La pubblicità classica viene pianificata sulla stampa periodica.

TENDENZE Chi si identifica nello street wear tende a mischiare, fondere e sovrapporre i vari capi senza alcun ordine logico, privilegiando vissuto emozionale e appartenenza di gruppo. Di recente molte marche hanno introdotto materiali innovativi (Kevlar, Gore Tex ecc.).

blading (pattini in linea) e snowing (snowboard).

Altra caratteristica fondamentale del segmento è l'universalità. Nei raduni e nelle manifestazioni dei giovani delle capitali d'Europa, dal Nord America fino al Giappone, si possono osser-

- più**
- Distribuzione dedicata
 - Segmentazione per marca
 - Potenzialità di mercato

- meno**
- Posizionamento da nicchia
 - Diffusione limitata

Versione urbana

- Prenderà più spazio con il diffondersi degli sport da strada e le occasioni di ritrovo.
- Sarà parte integrante della cultura metropolitana e, per quanto di nicchia, destinato a espandersi.