

TRECENTO SESSANTAGRADI**Fast fashion
I segreti del successo**

Se si vuole conoscere in dettaglio un fenomeno che sta trasformando il mondo della moda, il volume "La rivoluzione del fast fashion. Strategie e modelli organizzativi per competere nelle industrie ibride" di Enrico Cietta, edito da Franco Angeli, può essere molto utile, analizzando il *fast fashion* con riferimento non solo alle conosciutissime aziende internazionali, ma anche al sistema italiano della moda veloce. Sull'esperienza del pronto moda, infatti, sono nate imprese italiane che, in termini di crescita e redditività, non hanno niente da invidiare ai colossi internazionali. Tra il 2000 e il 2005, mentre il mercato segnava il passo con un andamento stagnante o negativo, queste aziende sono cresciute con tassi a due cifre (l'espansione del fatturato è stata tra il 15 e il 20% all'anno); l'esito di questo successo è il fatto che la quota del *fast fashion* sul totale del mercato dell'abbigliamento maschile e femminile ha raggiunto in Italia il 20% (circa 5 miliardi di euro), una percentuale simile a quella del mercato spagnolo, contro invece il 12% della Francia, l'8% della Gran Bretagna e il 5% della Germania. Il modello di business delle aziende di *fast fashion*, pur ispirandosi alle modalità del pronto moda, è però assai diverso da quello adottato agli inizi degli anni '80. Oggi queste aziende investono in una vera e propria collezione che si trasforma nel tempo a seconda delle richieste del mercato; offrono un forte elemento di servizio ai distributori multimarca attraverso l'alta rotazione dei prodotti e un impegno finanziario negli acquisti più limitato; definiscono in modo molto preciso il loro target e, conseguentemente, un proprio stile di mercato e un proprio marchio. Le politiche distributive, spesso

attraverso monomarca ma anche grazie a multimarca di medio-alto livello che integrano l'offerta della moda tradizionale, sono oggi molto più attente e coordinate rispetto alle scelte stilistiche e di target. Una ricerca sul campo, commissionata da BolognaFiere, ha permesso di tracciare l'identikit del *fast fashion* italiano.

Il panel di aziende identificate come *fast fashion* realizza un giro di affari di circa 2,5 miliardi di euro di cui il 32% conseguito all'estero da oltre 120 aziende che costituiscono una delle componenti più attive dell'abbigliamento made in Italy. Gli occupati diretti di queste aziende superano i 5500 addetti, ma il numero sale a oltre 20.000 unità se si prende in considerazione la rete di subfornitori costituita da circa 2500 imprese.

«Le aziende italiane – spiega Enrico Cietta, autore del volume e responsabile dell'Area Studi Diomedea – sull'eredità del sistema del pronto moda hanno iniziato ad applicare le logiche *fast fashion* a prodotti e segmenti più alti e paragonabili a quelli della moda programmata. Sulla scia delle catene internazionali più note hanno rapidamente guadagnato i favori della distribuzione multimarca grazie al servizio di rinnovamento dell'offerta e alla minore esposizione finanziaria necessaria per acquisti più piccoli e ripetuti nel tempo.

Un sistema di approvvigionamento che, soprattutto in un momento di difficoltà del mercato come questo, risulta vincente. La loro capacità di offrire una moda di tendenza, prodotti di buona qualità ma ad un prezzo generalmente più contenuto sono altri elementi che portano a pensare che la crescita di queste aziende continuerà a questi ritmi anche nel prossimo biennio. Insomma, la moda tradizionale dovrà fare i conti non solo con la crisi, ma anche con questo nuovo modello di business».