



**TENDENZA** • lo stile di abbigliamento formale prevale sul casual di qualche anno fa

# È il grande ritorno della camicia

**Dopo anni di crisi a favore della T-shirt, la domanda cresce. I dettagli dei capi fanno la differenza**

EMANUELE SACERDOTE

La camicia torna di moda. La fine degli anni '90 ha visto sfumare il cosiddetto *dress down*, cioè il casual per tutte le occasioni. L'a-

pice del fenomeno si era manifestato con l'affermazione del *friday wear*, che si può tradurre come una sorta di abbigliamento spigliato (da week end appunto) anche in ufficio, e con il momento fortunato delle *dot.com* e della new economy, oggi sul viale del tramonto.

Per la legge degli opposti, oltre all'economia tradizionale, è tornato alla ribalta il *dress up*, cioè l'abbigliamento for-

▶▶▶▶▶▶▶▶ **PIÙ**

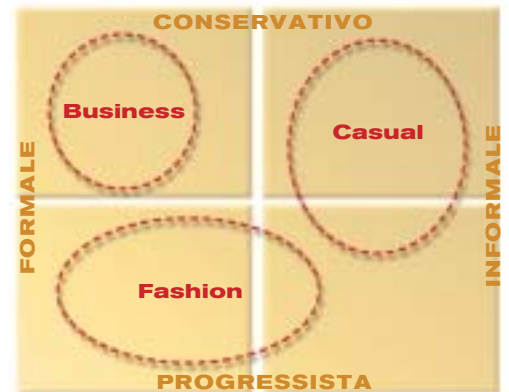
- Trend positivo
- Segmentazioni di prezzo
- Target di consumo

**MENO** ◀◀◀◀◀◀◀◀

- Nessun leader
- Imitazioni frequenti

male, classico, da lavoro, in una parola lo stile dell'uomo d'affari. Per il tempo libero il casual mantiene le sue credenziali, semmai con uno stile ancora più chic e sofisticato.

## Il quadro di posizionamento dell'abbigliamento



Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

## I riferimenti dello stile

Il comparto camicie non ha un leader affermato e non ha neanche una precisa segmentazione. Di fatto si possono evidenziare tre aree che rispondono con sufficiente precisione alle occasioni d'uso più frequenti.

► **Area casual.** Sono camicie di flanella a scacchi o tinta unita, ma anche le sahariane. Si portano in genere per fare sport, durante il tempo libero, in occasioni informali. Rientrano nel novero anche camicie *botton down*, oggi ormai associate a uno stile sobrio di lavoro.

### ► Area business.

Sono le camicie formali dei "colletti bianchi". Fanno parte del classico abbigliamento da lavoro. E sono da portare sempre con la cravatta. L'affermazione del casual *friday* ha lanciato la moda del colletto sbottonato, a dir la verità seguito però da un'esigua minoranza. La domanda cresce e la richiesta si orienta su modelli decisamente di tendenza e di maggior appeal.

► **Area moda.** A seconda dei periodi e dei trend stilistici ha reinterpretato la camicia in moltissimi modi, tutti in chiave progressista e *fashion*.

**Lo stile.** Il formale torna nella sua espressione più classica: abito gessato a tre bottoni, ma anche doppio petto.

E gli accessori: cravatte, gemelli, cinture in coccodrillo. Ma, prima fra tutti i capi, la camicia diventa il capo d'abbi-

gliamento à la page, di grande attualità.

Negli ultimi anni la T-shirt, capo principe del casual e del *friday wear*, aveva in larga parte soppiantato la camicia; spopolava in tutte le collezioni di moda: dal lusso al *fashion*, dal casual allo sportswear. A girocollo o a V, a mezza manica o con la manica lunga, la T-shirt ha fatto furore sia come accessorio decisamente informale da portare sopra i jeans sia come alternativa alla camicia da indossare sotto l'abito grigio o scuro.

Promotore assoluto del fenomeno è stato il comparto della moda e delle griffe, principalmente nella figura di Giorgio Armani che ha fatto della T-shirt scura (nera) il suo capo di abbigliamento principale.

**I modelli.** La camicia torna alla grande in una va-

rietà di forme e tipi per soddisfare le richieste emergenti.

La domanda si diversifica e si orienta tenendo presente due componenti principali del capo. Sono:

1. *il collo:* è l'elemento di maggior differenziazione; garantisce personalità alla camicia. Attualmente la varietà di proposte è molto ampia;
2. *il colore:* rappresenta l'altro dettaglio importante. Il ritorno della camicia è dettato dal multiriga, a volte largo, con colori forti e accesi.

In questo modo alla camicia viene conferita una forte connotazione di articolo di moda, per una domanda che cambia e si evolve molto in fretta. In fondo, questa nuova manifestazione non fa altro che confermare quel fenomeno di ciclicità tipico della moda.

## Dove si vende e come si comunica

**DISTRIBUZIONE** La camicia è un capo presente in quasi tutte le formule distributive. La differenza sta nel tipo di camicia trattata e nella fascia di prezzo. Esiste comunque una distribuzione specialistica fatta di negozi ad hoc che producono su misura. Harry & Sons è una catena di franchising italiana specializzata in camicie maschili sia formali sia informali.

**COMUNICAZIONE** Prevalentemente quotidiani e stampa periodica, settimanali e mensili.

**TENDENZA** La T-shirt manterrà la sua posizione nelle collezioni a conferma del suo ruolo nelle scelte d'abbigliamento di un consumatore d'ogni età. Si punterà sui dettagli (asole e cifre, in contrasto) e sul su misura. Per i materiali: tessuti fini, di pregio e personalizzati. Forse ci sarà anche un forte risveglio della cravatta.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP