La ragione del successo del fast fashion? l’imitazione

GUCCI

ZARA

Negli ultimi anni ha preso sempre più piede il fenomeno del fast fashion, dove il fast fashion è una moda ‘’usa e getta’’ in quanto i capi di abbigliamento, venduti a prezzi bassi, vengono solitamente indossati dai clienti una stagione e poi buttati. I prezzi estremamente bassi, che rispecchiano la qualità spesso scadente, fanno si che i clienti gettino gli abiti dopo circa 10 lavaggi contribuendo, tra l’altro, in maniera diretta all’inquinamento ambientale.

L’esempio emblematico del fast fashion è Zara. La catena spagnola infatti è stata la creatrice di questa tendenza e ci è riuscita

spostando il focus dal prodotto alla produzione. Zara ha fatto del suo processo produttivo un asset riconosciuto a livello mondiale in quanto riesce a realizzare in tempi rapidi dei prefetti cloni di prodotti presentati dai grandi brand a dei prezzi stracciati e con tessuti diversi. Un esempio eclatante quello della gonna disegnata da Jean Paul Gaultier per Madonna nel tour del 2001. La cantante il 9 giugno del 2001 fece la prima tappa del suo tour mondiale a Barcellona indossando una minigonna a scacchi firmata dallo stilista francese e nel concerto successivo della cantante (19 giugno 2001) a Berlino alcune ragazze indossavano la stessa minigonna prodotta e messa in commercio da Zara in soli 10 giorni. Per poter essere così reattiva e vendere a prezzi accessibili l'azienda utilizza una propria rete di fabbriche che coprono circa il 50% della produzione situata a La Coruña, per la restante parte si affida a produttori esterni situati principalmente in Europa o in Asia. Per collaborare con l'azienda spagnola sono richiesti altissimi livelli di velocità e competenza, efficacia in termini di costi e disponibilità di capacità sufficiente al fine di portare in tempi brevi il prodotto sul mercato. Per distribuire in modo veloce e capillare l'azienda utilizza un proprio centro distributivo a La Coruña di 500.000 metri quadri e si affida ad una forza lavoro di 1200 persone.

l successo della multinazionale spagnola e delle altre
catene di fast fashion non è dovuto solamente alla capacità produttiva e
distributiva ma anche al gradimento dei clienti. Negli ultimi 10 anni infatti
il fenomeno del fast fashion ha preso sempre più piede facendo si che tutti
potessero permettersi abiti ad alto contenuto di moda a prezzi accessibili. Il
contenuto di moda che Zara offre è molto elevato in quanto si ispira ai vestiti
delle grandi collezioni e viene inviato a poche settimane dalla presentazione
dei vestiti in passerella ai negozi. Non solo, la store experience di Zara è sì
caratterizzata da un livello di servizio minimo ma i negozi sono ben illuminati
e i vestiti presentati come nei negozi di brand di alto livello e inoltre
l’azienda spagnola sceglie come location per i suoi negozi aree di prestigio,
spesso vicino a store di brand importanti.