

Il capo unico nell'era della massificazione

CE L'HO SOLO IO

La storia di chi crede ancora nella totale manifattura 100% italiana e crea capi esclusivi in un mondo invaso dall'omologazione della moda fast fashion

Martina Danieli



Abito in fantasia e fascia per capelli realizzato con avanzi di tessuto

“Lo stile è avere coraggio delle proprie scelte, e anche il coraggio di dire di no. È gusto e cultura” ha dichiarato Giorgio Armani, uno dei più famosi e noti stilisti italiani.

Eppure oggi, con l'affermarsi in modo sempre più preponderante della moda fast fashion, il consumatore sembra aver perso la propria personalità nella scelta dei capi da indossare e che si faccia sempre più influenzare da quello che ‘va di moda’: il risultato è un'omologazione, fin dall'età dell'adolescenza, in fatto di abbigliamento.

Sociologi, psicologi e storici della moda hanno analizzato questo fenomeno ed è emerso che fin dalle origini “vestire alla moda significa sia emergere, sia confondersi con la folla, rivendicare un'esclusiva e seguire il branco”. Probabilmente il fatto di vestirsi uguali è una rassicurazione; dal momento che tutto

quello che è diverso ci fa paura, più o meno inconsciamente, riflettiamo questo pensiero anche nella scelta di cosa indossare.

Ma oltre all'omologazione ci sono altre problematiche. Infatti le catene della moda fast fashion per potersi permettere capi sempre nuovi e prezzi molto bassi non si fanno alcuno scrupolo a sfruttare persone, a inquinare l'ambiente, a usare tessuti e tinte nocive per la nostra pelle.

Con il termine ‘fast fashion’, cioè moda veloce, si indicano quelle aziende di abbigliamento che producono e vendono capi economici e alla moda, proponendone continuamente di nuovi.

LA STORIA DI CE L'HO SOLO IO - Fortunatamente la moda però non è solo fast fashion, ma anche innovazione, manifattura 100% italiana e voglia di unicità: questa è la filosofia di Adele e Lia, che hanno deciso di aprire il negozio “Ce l’ho solo io” nel centro della città di Brescia.

La loro produzione di abiti si può definire a km 0: infatti il disegno, la scelta del tessuto, la cucitura, l’assemblaggio, la disposizione della vetrina e dei capi, la vendita e la pubblicità sono completamente realizzati da loro.

Adele, con alle spalle studi da stilista, dopo vari stage e aver venduto le prime collezioni presso mercatini, ha incontrato Lia, che con la sua esperienza lavorativa in un negozio di moda è stata la persona giusta con cui sperimentare il suo progetto: il negozio “Ce l’ho solo io”.

Tutto avviene all’interno di questo negozio: Adele disegna, fa il cartamodello e taglia; passa poi il lavoro ad Alessandra che, con la sua bravura da sarta, assembla e consegna il capo finito a Lia, che si occupa di esporlo in vetrina e all’interno del negozio.



Abito e borse in fantasia

Oltre all’ handmade, c’è anche un’attenzione particolare alla scelta dei tessuti: rigorosamente made in Italy e quasi esclusivamente naturali: cotone, seta, lana pura e viscosa.

La ricerca dei tessuti avviene circa una volta al mese e solitamente di uno stesso tessuto non vengono acquistati più di tre metri per offrire un capo sempre nuovo e unico.

Adele disegna capi diversi ogni settimana e anche il negozio è in continua evoluzione come avviene in una catena fast fashion, ma con differenze non irrilevanti: nessuno sfruttamento di persone; un impatto ambientale quasi nullo; nessuno spreco di tessuto. Infatti, già in fase di progettazione dell’abito c’è una stima di quanto tessuto utilizzare e, se dovesse avanzare, se ne ricavano accessori (come fasce per capelli, borse etc.) e soprattutto capi unici e originali.

Il consumatore che sa apprezzare la qualità - Il Target a cui si rivolge un negozio di questo genere è indefinito: dalla ragazza più giovane alla signora più matura, anche se è prediletto da signore di una certa età, perché ne comprendono appieno la qualità.

Si crea molto spesso un rapporto di fidelizzazione perché, pur non essendo una sartoria, la cliente si sente curata e assecondata: il capo può essere infatti sempre modificato in base alle proprie esigenze. Addirittura capita che le clienti, positivamente impressionate dalla vestibilità di un capo, tornino in

negozio per chiederne una copia in un tessuto o in una fantasia diversa.

Adele, la stilista e disegnatrice, apprezza molto i consigli che le vengono dati e dichiara: "Sono la creatrice, ma non sono gelosa se le clienti ci mettono la testa".

Le modelle...rigorosamente 'handmade'! - Come tutti i negozi, anche "Ce l'ho solo io" ha bisogno di farsi pubblicità e anche nella scelta delle modelle le titolari non potevano non seguire la filosofia dell'handmade e del km0: infatti, sia per una questione di costi sia per una scelta di autenticità, le modelle sono ragazze comuni, amiche e chiunque abbia voglia di divertirsi e cimentarsi in un servizio fotografico.

Etsy è un Marketplace di articoli fatti a mano e vintage. Il consumatore può trovare su questa piattaforma digitale oltre un milione di venditori indipendenti da tutto il mondo

Le fotografie servono sia per il sito e i social, principale forma di pubblicità del negozio, ma anche per l'altro canale di vendita che utilizzano: la piattaforma Etsy.

Prospettive future - Ultimamente stanno nascendo altre realtà simili, anche se quello che manca forse è un po' di consapevolezza da parte del consumatore che a volte è poco conscio del mondo fatto di sfruttamento, inquinamento e tessuti pessimi che si cela dietro la moda veloce e che spesso, per una questione di prezzo, soprattutto in un periodo di crisi come questo, decide lo stesso di acquistare in queste grandi catene di abbigliamento; il più delle volte perché le linee piacciono e sono 'alla moda'.

L'idea del capo unico comunque attira la clientela, che poi rimane positivamente colpita anche dalla lavorazione, dal prezzo assolutamente competitivo, dai tessuti e dall'aria di 'bottega di una volta' che si respira entrando in un negozio così.

Per ora Adele e Lia non si sbilanciano e non si vogliono ingrandire troppo, per continuare a lavorare con cura e attenzione al dettaglio, anche se diverse persone chiedono loro di espandersi e portare la loro formula vincente altrove.

Questa credo sia un'ottima prospettiva per il sistema moda: il ritorno a una moda etica, sostenibile, attenta ai tessuti e anche alla creatività e all'originalità; partendo dal basso e non dalla haute couture, da sempre molto attenta a questi aspetti e con creazioni uniche, ma a prezzi decisamente non accessibili per il consumatore medio.

