

Le "chiciste" incoronano Zara

E' il marchio spagnolo il più cliccato dalle ragazze del social-glamour

Laura Cinelli

FORSE È UN GIOCO, forse una necessità, sicuramente è un nuovo modo di comunicare e divertirsi via web. Perché se il futuro del mondo passa necessariamente dalla rete, anche l'universo dei fashionisti non può rimanerne escluso. Ecco allora che attraverso i "mi piace" e i "fioretti" colorati le ragazze di Chicismo, la comunità glamour più grande d'Europa, decretano tendenze e in qualche modo indirizzano i mercati. Così ora le chiciste d'Italia hanno deciso che è Zara, la catena spagnola di abbigliamento e accessori, il brand più "in" del mo-



mento. E' quanto risulta dal "V Street Fashion Report", una ricerca focalizzata sui trend dei marchi di moda che le ragazze utilizzano quotidianamente e con cui si fanno fotografare scambiandosi idee e informazioni. Il Report mette a confronto i dati del 2011 con quelli del 2012 dopo aver raccolto informazioni su un campione di oltre 10.000 appassionate in Italia, Europa, Usa, Centro e Sud America. Sono loro che in questi mesi hanno incoronato Zara e le sue proposte "democratiche". Anche perché in tempi di crisi, certo non dispiace indossare gonne o scarpe a costi ragionevolmente bassi. I dati italiani vedono dunque al top Zara, seguita

da H&M e Bershka. In America la corona se l'aggiudica invece Forever21, seguita da H&M e, di nuovo, Zara. In Inghilterra: Zara, Topshop e H&M.

LA CATENA spagnola mantiene inoltre la leadership in Brasile, Messico e Portogallo e raddoppia la penetrazione nel mercato americano. Spiega Gabriel Aldamiz-Echevarria, fondatore e Ceo di Chicismo: «Ormai, milioni di donne si ispirano a vicenda online, condividendo informazioni e foto dei propri outfit e fornendo nuovi spunti ai brand sulla popolarità dei prodotti dopo l'acquisto. Per la moda, è un'oc-

casione irripetibile per studiare e comprendere il comportamento dei consumatori perché tramite le social fashion community siamo in grado di capire come i consumatori compongono il loro outfit dopo aver acquistato un prodotto».

C'È UN ULTIMO dato su cui vale la pena di riflettere: sul sito di Chicismo, nato a San Francisco nel 2010, sono già presenti oltre 6.000 marchi in grado di promuovere le collezioni sia attraverso i tag delle ragazze, sia all'interno delle pagine dedicate ai singoli brand.

Insomma, oggi più che mai le chiciste del mondo sembrano aver conquistato il potere virtuale "di vita o di morte" sulle stelle del firmamento fashion. un po' come dire: datemi un clic... e vi porterò nell'Olimpo.



Un modello Zara per la collezione invernale e due schermate della comunità on-line Chicismo

EVENTI

"White" vola a New York
E porta il meglio del Made in Italy

GRANDI novità per White che sbarca a New York e sceglie la fashion week di Manhattan di febbraio 2013 per portare, nella Grande Mela, il meglio della moda made in Italy di marchi contemporary internazionali, amplia il suo raggio d'azione in zona Tortona e rilancia il format donna-uomo dell'edizione di gennaio, dedicando tre eventi ad altrettante maison con Gianluca Capannolo, Fabio Quaranta e Nigel Cobourn.

Dal 10 al 12 febbraio il salone milanese aprirà i battenti di The Tunnel (28th Street-11th Avenue): l'evento è frutto della collaborazione tra White e Enk International. «Per White e per i nostri espositori - ha detto



il presidente Massimiliano Bizzi (nella foto) - New York rappresenta l'apertura di nuovi canali distributivi su un mercato in netta ripresa economica e in altre aree del mondo, vista la presenza di buyer giapponesi, cinesi, coreani e sudamericani alla New York Fashion Week».

White poi conferma la presenza nell'area ex Ansaldo di via Tortona 54 messa a disposizione dal Comune di Milano e lancia White Suite, una sezione speciale di aziende premium all'Hotel

Chicismo

ZARA Top brand

ZARA BEST WEEK LOOKS



ZARA BEST MONTH LOOKS



ZARA TOP FASHIONISTA

