

L'ASCESA DEL SUR-RETAIL per noleggiare esperienze

di
Francesco Morace - @FrancescoMorace

*Da stile di vita a occasione di vita: questo il nuovo paradigma per
ripensare l'approccio con i consumatori*



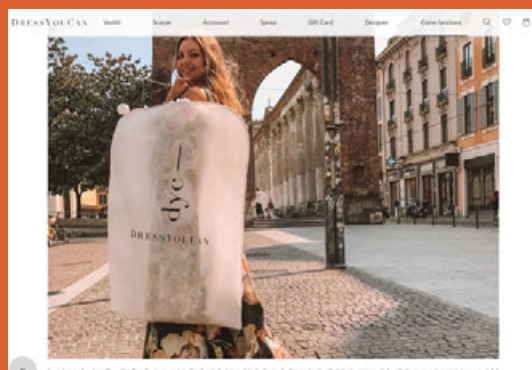
ei prossimi anni si comprerà sempre meno e si noleggerà praticamente tutto: abiti, case, auto, luoghi di lavoro, oggetti d'arte. Accessori essenziali per una vita che sempre più assomiglierà a una giostra da Luna Park. L'intero mondo della distribuzione dovrà ripensarsi

immaginando una circolazione di merci e prodotti al di là della linearità venditore-acquirente. E ci sarà bisogno di luoghi, occasioni e specialisti in questo campo, in grado di mettere in scena, selezionare, proporre, scegliere: arredatori della vita degli altri. Con questa

Il caso di fashion renting

Il noleggio di abiti, borse, scarpe e altri accessori si pone in controtendenza rispetto al fast fashion, la moda a basso prezzo che promuove l'acquisto di molti capi d'abbigliamento destinati a una circolazione veloce e superficiale. Un modello ormai in declino e sempre meno sostenibile. Se deve essere Carnevale meglio il noleggio (peraltro a Carnevale costumi e maschere si noleggiamo da sempre): oltre al possibile risparmio economico, il fashion renting consente di evitare sprechi e, quindi, di inquinare meno. Molte piattaforme online offrono un servizio di noleggio di abiti e accessori, con consegna diretta a casa nell'arco di 48 ore. I noleggi durano alcuni giorni e di solito includono il servizio di tintoria. Con una piccola quota aggiuntiva, gli abiti si possono assicurare contro danni e macchie. In questo modo, chiunque può realizzare il desiderio d'indossare ad esempio un capo d'alta moda per un'occasione speciale. In alcuni casi dalla piattaforma online lo spazio si trasforma in boutique, come per DressYouCan che da piattaforma di noleggio si è incarnata in luogo fisico a Porta Ticinese a Milano. Caterina Maestro, una delle tre socie, spiega: "Tutti i vestiti del nostro store possono essere presi in prestito per un tempo massimo di quattro giorni, che di solito corrisponde al

week end lungo. Se il cliente li ordina attraverso il sito li riceve a casa nell'arco di 48 ore. Abbiamo messo a disposizione una dresscard da 299 euro utilizzabile in quattro volte, e questo vuol dire che in media noleggiare un capo costa meno di 75 euro. I vestiti che noleggiamo sono disegnati da giovani stilisti mentre le scarpe sono quelle di alta gamma: Louboutin, Manolo Blahnik e Jimmy Choo". Gli analisti prevedono che da qui al 2023 il giro d'affari del fashion renting nel mondo raddoppierà, passando da 1 a 2 miliardi di euro.



tendenza "l'occasione di vita" soppianta definitivamente "lo stile di vita": un tempo l'identità personale e familiare veniva segnata dal possesso di oggetti e prodotti di consumo che definivano lo standing di ciascuno, e cioè la propria posizione nella gerarchia sociale. Si ragionava per status e ad esempio le griffe della moda e del lusso costituivano il segnale più immediato e potente di prestigio, non solo nel momento in cui li si indossava ma anche e soprattutto nei propri armadi.

Oggi invece prevale l'economia dell'esperienza, la sperimentazione occasionale, il gusto di cambiare continuamente i propri riferimenti e il noleggio di qualsiasi oggetto (fino alle opere d'arte per un giorno) corrisponde a questo piacere di re-inventarsi dando

spazio alle occasioni felici. Ed è qui che si delineano le caratteristiche del sur-retail: selezionare oggetti e prodotti da proporre nel percorso esperienziale dei clienti, noleggiando la particolarità, integrando e supportando esperienze di vita e di consumo sempre più uniche e speciali. Ciò che si faceva sui set cinematografici individuando gli elementi di una scenografia esistenziale (il famoso trovarobe), diventa sempre più spesso una attività richiesta dalle persone comuni che creano dunque un mercato vastissimo per un retail che deve dimostrare curiosità, fiuto per l'accessorio speciale, sintonia con la coolness.

Noleggiare oggetti anziché venderli: un cambiamento di paradigma che trasforma il retailer in surrenter, una sorta di

noleggiatore per vite alternative, surrogate. Immaginare, creare, selezionare e proporre involucri per vite amplificate, da noleggiare per combattere la normalità. Si tratta di declinare la tendenza ad arredare il corpo e l'esperienza, alla ricerca di stili e punti di vista unici, che diventano virali, alimentando i social e il racconto di sé. Dimensione in linea con le giovani generazioni, sempre a caccia di situazioni uniche e speciali, con un'alta capacità di contagio verso gli adulti. Ciò significa immaginare esperienze "surrogate" ma reali, in grado cioè di accompagnare le persone verso esperienze felici, anche se simulate e di breve durata, e i luoghi della distribuzione diventeranno sempre più come set cinematografici in cui assaggiare prodotti da poter poi sperimentare in diverse occasioni della vita quotidiana. 