

2024 Tendenze moda in Canada

Il mercato e la rivoluzione del retail

Il panorama del retail canadese mostra un aumento delle vendite al dettaglio su base annua, tuttavia, verso la fine del 2023, si osservava una tendenza al ribasso. Questo declino è attribuibile all'aumento dell'inflazione, che ha determinato un rallentamento dei consumi e un'accresciuta sensibilità ai prezzi da parte degli acquirenti, che mostrano maggior cautela e cercano sconti prima di effettuare acquisti. Nel frattempo, i rivenditori globali stanno espandendo la propria presenza in Canada, con molti marchi outdoor che scelgono il paese come sede per il loro primo negozio fisico in Nord America. Tuttavia, si osserva una diminuzione della presenza fisica dei grandi magazzini, come dimostrato dalla chiusura delle sedi canadesi di Nordstrom e dai licenziamenti nella zona della baia di Hudson. Anche le boutique indipendenti, principali rivenditori di marchi di piccole e medie imprese, sono a rischio di chiusura a causa delle forti riduzioni dei prezzi praticate dai grandi magazzini. Nel contesto del retail, l'e-commerce continua a essere il canale più vitale, poiché i canadesi privilegiano la convenienza e l'accesso immediato al marchio. La presenza omnicanale è fondamentale, poiché i consumatori tendono a visualizzare un prodotto almeno sette volte prima di procedere con l'acquisto.

Nel segmento del lusso, i consumatori canadesi mostrano una preferenza per marchi globali consolidati, piuttosto che per marchi emergenti di lusso. Prestano particolare attenzione alla qualità degli investimenti e tendono a optare per nomi ben noti quando si tratta di effettuare acquisti di valore elevato. Spesso, preferiscono linee di diffusione di lusso o collaborazioni sportive con designer di prestigio. In particolare, i consumatori appartenenti alle generazioni Millennial e Gen Z tendono ad apprezzare marchi di lusso contemporanei, tra cui Acne, Arc'teryx, Balenciaga, Ganni, Issey Miyake, Jacquemus, Loewe, Marine Serre, North Face, Patagonia e SKIMS per l'abbigliamento, e Balenciaga, Bottega Veneta, Common Projects, Grenson, Marsèll, Stuart Weitzman e UGG per accessori e calzature.

Nel panorama dei marchi di tutti i giorni in Canada, il 95% della spesa dei consumatori è destinato a marchi non di lusso ma adatti all'uso quotidiano. Analogamente al settore del lusso, i canadesi preferiscono acquistare da nomi globali affidabili anche in questo ambito. Tuttavia, sono aperti ad acquistare articoli di uso quotidiano anche da marchi indipendenti, specialmente quando questi promuovono la sostenibilità e l'inclusività.

Tra i marchi di tutti i giorni più popolari in Canada troviamo:

- Per l'abbigliamento generico: Anthropologie, Aritzia, Everlane, Frank & Oak, H&M, Kotn, Reformation, Urban Outfitters e Zara.
- Per il settore sportivo: Adidas, Converse, Kappa, Lululemon, New Balance, Nike e Umbro.
- Per calzature e accessori: ALDO, Birkenstock, Dr. Martens, Hoka, Maguire, Poppy Barley, Salomon, Sam Edelman, Sorel, Steve Madden e Timberland.
- Per l'abbigliamento da lavoro: Carhartt e Dickies.

Il mercato canadese dell'abbigliamento

Il mercato canadese dell'abbigliamento presenta una serie di risultati chiave che delineano il suo panorama attuale e future prospettive. Con un fatturato previsto di \$54.04 miliardi CAD e una crescita annua stimata dell'1.62%, il segmento più grande rimane l'abbigliamento femminile, con un volume di mercato di \$29.64 miliardi CAD. La spesa media annua delle famiglie per l'abbigliamento si attesta sui \$2,300 CAD, mentre il 95% delle vendite è attribuibile al settore non lusso.

Gli scambi commerciali tra Italia e Canada nel settore dell'abbigliamento vedono un valore annuale di 500 milioni di dollari CAD, posizionando l'Italia al sesto posto tra i principali esportatori di abbigliamento verso il Canada.

Le influenze principali sul mercato canadese derivano dalla persistente popolarità dei marchi streetwear e da lavoro, come Carhartt, specialmente tra i millennials e la generazione Z. Le tendenze legate alla cultura pop, amplificate da piattaforme social come TikTok, continuano a guidare le scelte di abbigliamento. La stagionalità gioca un ruolo significativo, con una forte domanda di abbigliamento invernale.

I canadesi adottano uno stile di vestire minimalista e informale, reinterpretando in modo sottile le tendenze eccentriche. C'è un crescente interesse per la moda sostenibile ed etica, riflettendo una maggiore consapevolezza ambientale. La diversità e l'inclusività sono valori fondamentali per il mercato canadese dell'abbigliamento.

Per quanto riguarda le tendenze del 2024, le previsioni erano quelle di una popolarità per cappotti oversize, blazer, set a due pezzi coordinati e gonne midi e mini. Al contrario, si prevede una diminuzione della popolarità per i jeans skinny e mom, i blazer aderenti e le



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE
OF ONTARIO CANADA - ICCO CANADA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

gonne da tennis e skater. Questi sviluppi riflettono le mutevoli preferenze dei consumatori e le dinamiche del mercato nell'ambito dell'abbigliamento nel contesto canadese.

Il segmento più ampio del mercato canadese dell'abbigliamento è quello femminile, con un volume di mercato stimato a 29,64 miliardi di dollari CAD nel 2024. Seguono l'abbigliamento maschile e quello per bambini, con fatturati relativamente inferiori. Per quanto riguarda il ricavo medio pro capite, le previsioni del 2024 ammontavano a 1380 dollari CAD.

Inoltre, la quota di fatturato del lusso prevista del 5%, mentre il restante 95% delle vendite del mercato dell'abbigliamento in Canada sarà attribuito al settore non lusso.

Panoramica del mercato degli accessori in Canada

Il mercato degli accessori in Canada è in costante crescita, con un previsto fatturato di \$8.3 miliardi CAD nel 2024 e una crescita annua stimata del 7.82%. Il segmento più importante del mercato degli accessori è quello delle valigie e delle borse, seguito da quello degli orologi e dei gioielli. Nel 2023, c'erano 607 negozi di micro-accessori in Canada.

L'Italia è un importante partner commerciale per il Canada nel settore degli accessori, con un valore commerciale di 65 milioni di dollari. L'Italia si posiziona al terzo posto nel mercato degli accessori canadesi.

Le tendenze nel mercato degli accessori canadesi sono influenzate da una crescente preferenza per prodotti locali e artigianali, con un'enfasi sulla qualità, la durata e lo stile. Gli accessori funzionali e versatili sono particolarmente ricercati, con una crescente domanda di borse multifunzionali e copricapi alla moda per l'inverno.

Gli accessori che offrono versatilità e funzionalità sono particolarmente popolari, con i consumatori che cercano borse e copricapi che si adattino a più outfit e occasioni. Gli orologi sono preferiti per la loro longevità e stile senza tempo.

Articoli popolari nel 2024 includono cappelli a secchiello, borse strutturate, borse oversize e piccole, gioielli metallici e colori pop come il verde bosco e il rosso papavero. Al contrario, berretti, sciarpe sottili e borse trasparenti sono meno popolari.

Calzature canadesi: panoramica del mercato



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE
OF ONTARIO CANADA - ICCO CANADA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Il mercato delle calzature in Canada offre un quadro dinamico e in crescita, con una stima di 8,3 miliardi di dollari CAD nel 2023 e una proiezione di crescita annua dell'1,46% fino al 2028. Nel 2024, il segmento più grande è previsto essere quello delle calzature in pelle, con un volume di mercato stimato di 3,35 miliardi di dollari CAD. Rispetto alla popolazione totale, si prevede che il fatturato pro capite raggiungerà i 198,10 dollari CAD alla fine del 2024.

Circa l'88% delle vendite nel mercato delle calzature sarà attribuito a prodotti non di lusso. L'Italia emerge come uno dei primi cinque esportatori di calzature in Canada, con uno scambio commerciale del valore di circa 354 milioni di dollari CAD tra i due paesi.

Le priorità dei consumatori canadesi nelle calzature si concentrano sul comfort e sulla qualità, con particolare attenzione alle calzature resistenti alla neve e al sale durante l'inverno. Le scarpe da ginnastica dominano il mercato, con il 40% dei consumatori che le considera uno stile quotidiano, favorito dalle tendenze athleisure.

La reputazione e la fiducia del marchio sono fattori cruciali per i consumatori di calzature, con marchi rinomati come Nike, Adidas e Timberland che godono di grande popolarità. Inoltre, c'è una crescente domanda di calzature sostenibili, inclusa la pelle vegana.

Inoltre, un ritorno delle scarpe grosse, come mocassini e sneakers, con un'attenzione particolare al comfort. Per quanto riguarda le scarpe con il tacco, le donne optano per tacchi più piccoli, come i kitten heels. Gli articoli popolari includono mocassini con suole spesse, ballerine con dettagli trasparenti e scarpe da ginnastica atletiche.

In conclusione, il mercato delle calzature in Canada offre opportunità significative, con una crescente domanda di calzature di alta qualità, confortevoli e sostenibili, e una tendenza verso modelli ibridi che combinano caratteristiche atletiche e di design.

Pelletteria canadese: panoramica del mercato

Il mercato della pelletteria in Canada offre un panorama vibrante e in crescita, con un previsto fatturato di lusso di 2,58 miliardi di dollari CAD nel 2024 e una crescita annua del 2,34%. In media, ci si aspettava che ogni individuo spendesse circa 65,95 dollari CAD nel 2024 per prodotti in pelle. Nel 2023, il paese contava 603 negozi specializzati in valigeria e pelletteria, con l'Ontario che ospitava il maggior numero di questi negozi, ben 113, rispetto ad altre province.



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE
OF ONTARIO CANADA - ICCO CANADA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Gli scambi commerciali tra Italia e Canada nel settore della pelletteria vedono l'Italia al secondo posto come esportatore di articoli in pelle, con un valore di 323 milioni di dollari CAD. Questo riflette l'importanza dei prodotti in pelle italiani sul mercato canadese.

Nel 2024, i consumatori canadesi hanno continuato a prioritizzare la qualità e l'artigianalità nella scelta di prodotti in pelle. C'è un crescente interesse per la sostenibilità e l'etica nella produzione, con una preferenza per articoli realizzati con metodi rispettosi dell'ambiente e provenienti da produzioni locali. La personalizzazione sarà un'altra tendenza in aumento, con una richiesta di articoli in pelle personalizzati o personalizzabili.

Le borse oversize, sia per uomini che per donne, avranno una buona performance sul mercato, mentre le donne cercheranno pelle colorata, specialmente tonalità di rosso. Gli uomini opteranno per articoli in pelle eleganti, con linee pulite e design minimalista. Tuttavia, c'è una transizione verso la pelle vegana, rispecchiando l'interesse crescente per la sostenibilità. Alcuni articoli in pelletteria, come le borse con cintura e quelli con grandi loghi, potrebbero vedere una diminuzione di popolarità.

In sintesi, il mercato della pelletteria in Canada offre un'ampia gamma di opportunità, con una crescente domanda di prodotti di alta qualità, sostenibili e personalizzabili, mantenendo al contempo un occhio attento alle tendenze e alle esigenze dei consumatori.

Tendenze popolari in Canada

Nel panorama della moda canadese del 2024, emergono diverse tendenze che riflettono sia l'evoluzione dei gusti individuali che le influenze culturali e sociali del momento. Esaminiamo le tendenze più significative che stanno plasmando l'abbigliamento e lo stile di vita dei canadesi.

1. Gorpcore: Questa tendenza abbraccia un'estetica outdoor, ispirata all'abbigliamento da trekking e agli sport all'aria aperta. Marchi come North Face e Patagonia dominano questa scena, offrendo capi funzionali e alla moda, come giacche a soffietto e scarpe da ginnastica robuste. L'abbigliamento diventa così una fusione di praticità e stile, adatto sia alle attività all'aperto che alla vita urbana.

2. Coquette: L'estetica coquette celebra la femminilità con abiti romantici e delicati, arricchiti da fiocchi e stampe floreali. Marchi come Anthropologie catturano questa sensibilità, offrendo abiti midi e camicette trasparenti che evocano un'atmosfera sognante e

giocosa. Questo stile riflette un desiderio di dolcezza e leggerezza nell'abbigliamento quotidiano.

3. Grandpa/Grandma Core: Questa tendenza attinge allo stile vintage, con una predilezione per capi confortevoli e rustici come gilet e mocassini. Marchi come Carhartt e Dickies incarnano questa estetica, offrendo una reinterpretazione moderna di un look retrò. L'abbigliamento diventa così un'espressione di nostalgia e individualità, riflettendo un desiderio di autenticità e semplicità.

4. G-Suite Chic: Questo stile abbraccia l'eleganza del business casual, con un tocco di sofisticatezza e raffinatezza. Marchi come Aritzia offrono capi sartoriali oversize e gonne a pieghe che evocano un senso di potere e fiducia. L'abbigliamento diventa così un'espressione di professionalità e stile personale, adatto sia all'ufficio che agli eventi serali.

5. Shine: L'estetica brillante si distingue per l'uso audace di materiali metallici e paillettes, creando un look luminoso e glamour. Marchi come Zara offrono abiti scintillanti e accessori luminosi che catturano l'attenzione e aggiungono un tocco di lusso a qualsiasi outfit. L'abbigliamento diventa così un'espressione di individualità e audacia, riflettendo un desiderio di brillare e distinguersi dalla massa.

6. Lulu-girl: Questo stile abbraccia l'abbigliamento sportivo come opzione per l'abbigliamento quotidiano, combinando comfort e stile in modo armonioso. Marchi come Lululemon offrono capi performanti che possono essere facilmente integrati in un look casual o elegante. L'abbigliamento diventa così un'espressione di uno stile di vita attivo e dinamico, riflettendo un desiderio di benessere e vitalità.

Sistema di distribuzione al dettaglio

Il sistema di distribuzione al dettaglio in Canada offre una vasta gamma di opzioni per i marchi italiani che desiderano entrare nel mercato. Dall'affidarsi ai rivenditori esistenti alla vendita diretta ai consumatori, ogni strategia ha i suoi vantaggi e le sue considerazioni.

- 1. Rivenditori:** I negozi al dettaglio rappresentano una scelta affidabile per i marchi italiani, poiché i consumatori canadesi tendono a fidarsi dei negozi e dei marchi conosciuti. Questo può implicare la vendita dei prodotti all'interno di grandi magazzini o boutique, sia attraverso accordi di conto vendita che all'ingrosso.
- 2. Direct to Consumer (D2C):** Con l'aumento degli acquisti online da parte dei consumatori, i marchi italiani possono sfruttare la vendita diretta ai consumatori attraverso i propri canali

online. Utilizzando strategie di PR, marketing del brand e pop-up store, i marchi possono costruire una relazione diretta con i propri clienti.

3. **Grossisti/distributori indipendenti:** Collaborare con agenzie di vendita all'ingrosso può aumentare le possibilità di ottenere il prodotto nei negozi. Un distributore indipendente può gestire il processo di vendita utilizzando i propri contatti consolidati, offrendo un'opportunità di penetrazione più ampia nel mercato.
4. **4. Distribuzione intensiva:** Questa strategia prevede di utilizzare tutti i canali di vendita al dettaglio disponibili per raggiungere il maggior numero possibile di clienti. È particolarmente adatta per i marchi che desiderano saturare il mercato e massimizzare la visibilità del prodotto.
5. **5. Distribuzione selettiva:** Questa strategia prevede di rendere disponibile il prodotto solo attraverso un assortimento limitato di distributori, mirando a un target demografico specifico. È utile per mantenere un controllo più stretto sulla distribuzione e creare un senso di esclusività intorno al marchio.
6. **6. Distribuzione esclusiva:** Questa strategia si concentra sulla selezione di canali di distribuzione altamente specifici, mantenendo un approccio "inch wide, mile deep". L'obiettivo è di mantenere un senso di esclusività intorno al prodotto e al marchio, avvicinandosi a clienti particolarmente fedeli e attenti al marchio.

In conclusione, la scelta della strategia di distribuzione dipende dalle esigenze specifiche del marchio italiano e dalle caratteristiche del mercato canadese. Esaminare attentamente le opzioni disponibili e adattare la strategia di distribuzione in base agli obiettivi di business può aiutare a massimizzare il successo nel mercato.

Regolamentazione, certificazione, etichettatura: barriere commerciali internazionali

Le barriere commerciali internazionali nel settore tessile e dell'abbigliamento per l'importazione nel mercato canadese sono regolamentate da diverse leggi e accordi, che influenzano le pratiche di certificazione, etichettatura e doganali.

Regolamenti per l'importazione: L'importazione di tessuti e abbigliamento nel Canada è governata dal Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) stipulato tra il Canada e l'Unione Europea nel 2017. Questo accordo mira a facilitare lo scambio di beni, servizi e investimenti, semplificando le procedure doganali e riducendo o eliminando i dazi su molti prodotti di moda.

Certificazioni ed etichettatura dei prodotti: Per proteggere i consumatori dalle false informazioni sulla composizione tessile dei prodotti, il Textile Labeling Act e il Textile Labeling and Advertising Regulations stabiliscono rigide regole sull'etichettatura dei tessuti



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE
OF ONTARIO CANADA - ICCO CANADA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

e dell'abbigliamento. Le etichette devono indicare chiaramente la composizione tessile, con le percentuali in peso dei vari tessuti utilizzati, e devono elencare il nome di ogni fibra presente in quantità superiore al 5%. È richiesto che i prodotti importati siano etichettati correttamente, e se ciò non avviene, devono essere etichettati in Canada prima della commercializzazione. Inoltre, non è obbligatorio specificare il paese di origine, a meno che non sia indicato come prodotto importato sull'etichetta.

Dogana/Barriere tariffarie: Il regime commerciale del Canada è generalmente liberale e collaborativo, consentendo l'importazione di merci senza barriere eccessive. Il paese si impegna a rispettare gli accordi dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC), che vietano l'imposizione di barriere non tariffarie e promuovono lo scambio commerciale internazionale.

Come attivarsi nel mercato canadese

Entrare nel mercato canadese richiede una strategia mirata e un impegno costante per stabilire relazioni solide con i potenziali acquirenti e consumatori. Ecco alcuni modi efficaci per attivarsi nel mercato canadese:

Pop-up store: I pop-up store offrono un'opportunità conveniente per esporre i prodotti e testare il mercato senza l'impegno a lungo termine di una sede permanente. Organizzare un pop-up store autonomamente o in collaborazione con altri marchi può aumentare la visibilità del marchio e generare vendite.

Fiere: Partecipare a fiere settoriali è un ottimo modo per entrare in contatto con acquirenti, grossisti e professionisti del settore. Le fiere offrono l'opportunità di presentare i prodotti, stabilire contatti e ampliare la rete di relazioni commerciali.

Connettersi con i buyer: È fondamentale far conoscere il proprio marchio ai buyer dei grandi magazzini e delle boutique. Invio di lookbook e informazioni sul marchio direttamente ai buyer, seguito da incontri per presentare i prodotti di persona.

Ospitare un evento per i buyer: Organizzare eventi intimi è un modo efficace per coinvolgere gli acquirenti e presentare i prodotti in un contesto rilassato e informale. Gli eventi offrono l'opportunità di stabilire relazioni dirette con gli acquirenti e trasmettere i messaggi chiave del marchio.



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE
OF ONTARIO CANADA - ICCO CANADA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Comunicazione continua: Dopo i contatti iniziali, è importante mantenere una comunicazione costante con gli acquirenti per mantenere vivo l'interesse e promuovere partnership a lungo termine. I follow-up regolari e l'aggiornamento sugli sviluppi del marchio sono essenziali per consolidare le relazioni commerciali.

Il mercato canadese della moda sta vivendo un periodo di cambiamento, con un aumento delle vendite al dettaglio ma una tendenza al ribasso verso la fine del 2023, dovuta all'aumento dell'inflazione e alla cautela degli acquirenti. Tuttavia, i rivenditori globali stanno espandendo la loro presenza in Canada, mentre i grandi magazzini tradizionali stanno diminuendo.

I consumatori canadesi preferiscono marchi globali affidabili, ma sono aperti anche all'acquisto da marchi indipendenti, soprattutto se promuovono la sostenibilità e l'inclusività. Le tendenze del 2024 includono cappotti oversize, blazer, set a due pezzi coordinati e gonne midi e mini.

Il mercato degli accessori e delle calzature è in crescita, con una preferenza per prodotti locali, artigianali e sostenibili. Per entrare nel mercato canadese, sono consigliate strategie come pop-up store, partecipazione a fiere settoriali, connessione con i buyer e hosting di eventi. La comunicazione continua con gli acquirenti è essenziale per mantenere vivo l'interesse e promuovere partnership a lungo termine.