

TENDENZE

L'usato cresce dell'11% all'anno e non soltanto per motivi di sopravvivenza

C'è un settore che crisi economica da una parte e coscienza ambientale dall'altra hanno fatto esplodere: quello dell'usato. Aggiungiamoci anche il boom della sharing economy e della modalità di scambio "tra pari" e otteniamo l'equazione perfetta. Secondo l'ultima edizione dell'Osservatorio Second Hand Economy condotto da DOXA per Subito, negli ultimi tre anni il volume

d'affari è cresciuto dell'11% ogni anno; l'economia dell'usato vale oggi 21 miliardi di euro, l'1,2% del PIL italiano. L'online pesa per oltre 9 miliardi (+ 72% in tre anni), a chi ha venduto oggetti ha procurato un guadagno medio di oltre mille euro all'anno. Un reddito integrativo, dunque, oltre che una possibilità di risparmio sull'acquisto.

Anche nella dimensione offline l'usato registra numeri considerevoli. Nei quartieri di molte città i mercatini sono diventati un punto di riferimento per l'economia locale: accolgono gli oggetti - e le storie - di stanze e case da svuotare e diventano occasione di nuove relazioni. Una circolarità non solo economica, dunque, ma anche sociale. Secondo un'elaborazione della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi sui dati del registro delle imprese, in Ita-

lia si contano quasi 5 mila attività specializzate nel commercio al dettaglio di articoli di seconda mano, dai libri (scoldati e rari) ai mobili (antiquariato e modernariato) fino all'abbigliamento. Negli ultimi cinque anni il settore è cresciuto del 7,7% a livello nazionale, dell'8,7% in Lombardia. Mercatino, la rete franchising che conta 186 negozi dell'usato lungo tutta la penisola, nel 2017, grazie ai suoi 10 milioni di clienti (tra acquirenti e venditori), ha venduto 9 milioni e mezzo di oggetti per 80 milioni di euro, rimborsandone 40.

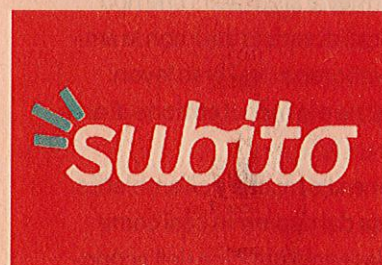
A nutrire il mondo dell'abbigliamento usato c'è anche quella che è ormai diventata una tendenza consolidata nella moda, la vintage mania, fatta di negozi iper specializzati, contenuti social, corsi universitari e indirizzi cult. Come A.N.G.E.L.O. (da Angelo Caroli, il fonda-

tore), punto di riferimento per il vintage in Italia e nel mondo.

Sul "second hand" stanno scommettendo anche grandi nomi del retail come lo storico grande magazzino francese Galeries Lafayette: recentemente ha annunciato il lancio di Le Good Dressing, sito per la compravendita di abbigliamento usato che offrirà ai suoi utenti la possibilità di comprare e vendere gli articoli anche fisicamente, nei "magasins". Obiettivo dichiarato, ritagliarsi uno spazio in un mercato che - complice la rivoluzione Millennials - inizia a fare paura a department store, boutique e, soprattutto, fast fashion. Un comparto, quest'ultimo, che nei prossimi dieci anni, dicono gli analisti, negli Stati Uniti potrebbe essere ampiamente superato in valore da quello della moda di seconda mano.

Ma.Pez.

TUTTO SULL'USATO IN SEI MOSSE



È il portale numero uno in Italia: sei milioni di annunci divisi per 37 categorie merceologiche e per localizzazione geografica. Fondato a Milano nel 2007, oggi è parte di Schibsted Media Group, multinazionale norvegese attiva in 30 Paesi.



Prima piattaforma italiana per comprare e vendere abiti e accessori da sposa usati (se così si può definire, viene fatto notare sul sito, qualcosa indossato per una mezza giornata).



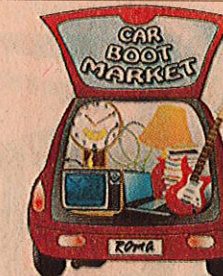
Rete franchising di 186 negozi in tutta Italia: si occupano del ritiro e della vendita degli articoli e dal ricavato il venditore incassa dal 50 al 70 per cento. Dieci milioni di clienti (tra acquirenti e venditori), 9,5 milioni di oggetti venduti, 40 milioni di euro rimborsati (2017).



Armadioverde è una piattaforma per scambi e acquisti di abiti usati (donna e bimbo). I capi vengono ritirati a domicilio e, una volta approvati, esposti sul sito. Per ogni capo si guadagnano "stelline" utilizzabili per gli acquisti online, aggiungendo dai 6 ai 15 euro.



A.N.G.E.L.O. è il punto di riferimento per il vintage in Italia e nel mondo. Due i punti vendita, entrambi in provincia di Ravenna: il "Vintage Palace" di Lugo, con l'archivio storico (120 mila capi, la storia della moda) e il "Vintage Lab" di Faenza.



I "car boot market" sono i mercatini in cui gli oggetti usati vengono esposti nel bagagliaio della propria auto. Fra i più frequentati a Roma quelli dell'Associazione culturale "Opificio delle arti" e della Città dell'Altra Economia nell'ex mattatoio di Largo Dino Frisullo.