

Il fenomeno. In città si moltiplicano i magazzini adibiti a rivendite di oggetti a cui dare una seconda vita

Dai vestiti ai vinili, l'usato è una mania

«I nostri clienti? C'è chi vuole risparmiare, chi lo fa per l'ambiente e chi per moda»

Usato è meglio. Dagli abiti ai mobili, passando per dischi in vinile e videogiochi. Senza trascurare arredi, bijoux e arrivando ai ricambi d'auto. Anche a Cagliari scoppia "l'usatomania", la passione per quello che viene definito anche "pre loved", pre amato. In linea con quella che sembra essere una tendenza nazionale certificata proprio in questi giorni dalle rilevazioni (pubblicate su un importante quotidiano economico) che parlano di vendite per 24 miliardi pari all'1,4 per cento del Pil. C'è la voglia di risparmiare, certamente. Unita al desiderio (tardivo) di fare del bene all'ambiente deturpato da comportamenti incivili e consumismo sfrenato. Ma la passione per il riuso (diverso dal riciclo) che in tanti coltivano da anni con convinzione, viene letta anche come una moda.

I numeri

Più inclini a questa tendenza sono le donne, come confermano Amedeo Sesselego e la moglie Pierpaola De Vita che nell'ultimo mese hanno già venduto 4.300 articoli (15.300 dall'inizio dell'anno) nel loro "Mercatino franchising" di via del Fangario, 5 dipendenti. «Su 100 clienti, 80 sono donne. Si acquista tutto: dall'abbigliamento all'elettronica ai mobili. Ma anche libri e dischi, soprattutto in vinile, che sta tornando di moda e appassiona i giovani».

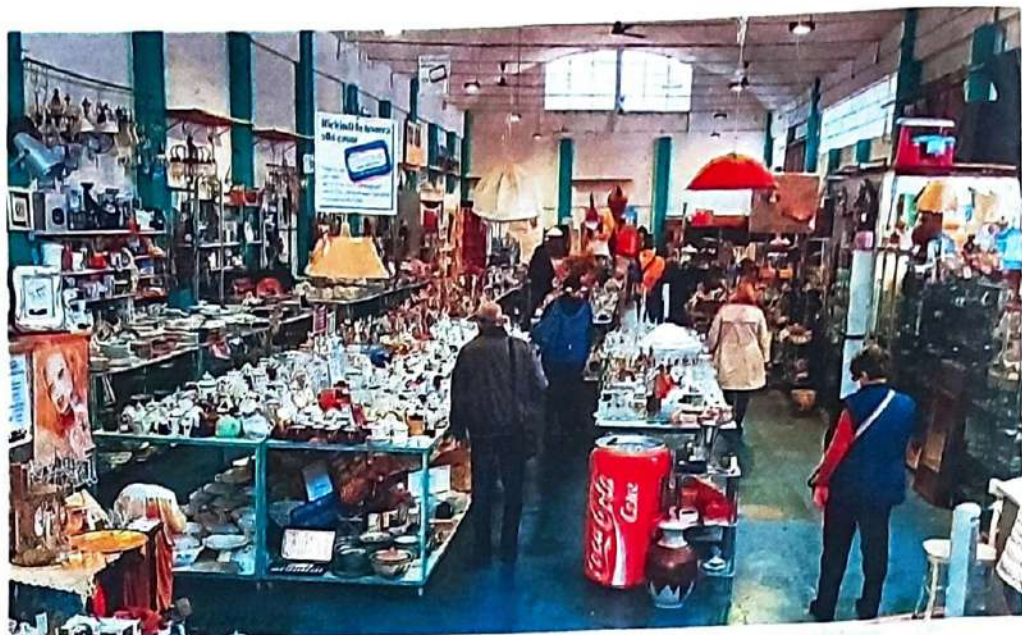
Tutto ciò che sta in casa e non piace più, sembra poco attuale o semplicemente evoca ricordi spiacevoli, merita una seconda vita. Lo sa bene Graziella Lecca, impiegata, habitué in via del Fangario. «Mi sono appassionata grazie a mio figlio al quale, inizialmente, chiedevo come potesse acquistare capi di seconda mano. Poi ho provato e non ho più smesso di comprare. Non mi sono mai pentita, mi piace curiosare e spesso vado solo per fare due chiacchiere».

I gatti come mascotte

Luoghi che si rivelano quasi centri di aggregazione. Come al "Mercatino di via Abruzzi", 3 dipendenti, dove i titolari



BUSINESS
Andrea Cavallini, 48 anni, Asia Atzeni (42), Giuliano Frau (65), Graziella Lecca (65), Andrea Zedda (30). A fianco il mercatino dell'usato di via del Fangario (fotoc.s.)



Asia Atzeni e il marito Mauro Cocco condividono gli spazi con tre gatti diventati mascotte del negozio e i cui musci e nomi (Nettuno, Mucchetta e mamma Ginetta) sono stampati sulle "banconote" che i clienti ricevono al momento di un acquisto e possono riutilizzare all'interno dello stesso negozio. «I gatti sono i nostri testimonial e i clienti sono affezionati a loro, ma chiaramente a condurli qui è la ricerca dell'affare unita alla certezza di trovare cose altrove non più disponibili». Conta il risparmio, ma anche la qualità e non è più come in passato quando i mercatini dell'usato erano prevalentemente meta di persone in difficoltà economica: «Ad acquistare, oggi, sono anche i professionisti. È sicuramente anche una moda». Indumenti, accessori, mobili a cui si vuole dare un destino diverso da quello che per anni ha imperversato, culminando con il conferimento in discarica. «Ormai è assodato che il fast fashion sia tra le cose più deleterie per l'ambiente», osserva Andrea Cavallini, che con la compagna Hana Richterova è titolare di "Seconda chance", in via Anglona. Attività nata pochi mesi prima della pandemia che si accinge a sdoppiarsi, tanto sono recenti i capi di abbigliamento e gli accessori ven-

duti tutti a 3 euro e 50. «Abbiamo optato per il prezzo fisso, copiando l'idea da altri Paesi. Noi stessi siamo i primi appassionati di acquisti di questo tipo e da ciò ha preso corpo la nostra proposta che ha conquistato anche a Is Mirrionis».

Dal fashion ai motori

Il riuso comprende anche i pezzi di ricambio per auto. Anche in questo caso a guidare gli acquisti sono il risparmio e lo spirito ecologista, come conferma Andrea Zedda, titolare a Cagliari e Iglesias di "Autoricambi.it", insieme alle colleghe Alessandra e Monica Orlandini. «Il nostro target può essere diviso per fasce: "generazione Z", "millennials" e "over 40". La prima, pari al 30 per cento, è composta da ragazzi che iniziano a sperimentare l'emozione di spostarsi da soli ma, essendo attenti all'ambiente, preferiscono il riuso. La seconda arriva al 45 per cento ed è composta da quelli impegnati nel mondo sociale e sono interessati al connubio tra risparmio e benessere ambientale. Gli over 40 sono attratti soprattutto dal risparmio e vedono nel riuso un valore aggiunto. Rappresentano il 25 per cento dei clienti».

Cinzia Simbula

RIPRODUZIONE RISERVATA

I consumatori

«Ma ancora tanta merce finisce in discarica»

0000

Bene il risparmio, ma meglio muoversi con attenzione, soprattutto con gli acquisti on line. «In quel caso è indispensabile affidarsi a forme di pagamento, come PayPal, che mettono al riparo dagli inconvenienti». A mettere in guardia da possibili fregature è Giuliano Frau, presidente regionale dell'Adoc, l'associazione per la difesa e l'orientamento dei consumatori. Il presidente dell'Adoc si sofferma anche sull'acquisto delle automobili usate: «In questo settore ci sono capitati diversi contenziosi e, alla luce di ciò, raccomandiamo di procedere all'acquisto sempre da una persona che ben si conosce: direttamente o attraverso un amico. L'ideale, poi, sarebbe farsi accompagnare da un meccanico di fiducia». Quanto al ricorso all'usato per una questione di sensibilità ambientale, Frau mostra un certo scetticismo: «Continuiamo a essere circondati da rifiuti e si butta ciò che ancora funziona: di recente, all'isola ecologica di Sant'Elia, ho visto un impianto Hi-Fi buttato perché ritenuto troppo ingombrante e non si contano Tv, radio e giradischi portati in discarica o lasciati dove capita». (c.s.)