

La nuova vita dell'usato

Lombardia regina del vintage

Affari per 4,2 miliardi di euro

L'anno scorso 24 milioni di italiani hanno acquistato merce di seconda mano (ricerca Bva **Doxa**)
«I cittadini di fascia media preferiscono spendere in esperienze da vivere con famiglia o amici»

di **Mariachiara Rossi**
MILANO

L'abito impolverato che ha visto la luce del sole all'ultimo battesimo di famiglia, i giradischi e le radioline anni '80 figlie della generazione boomer e per questo circondate da un alone di sacralità, le monetine commemorative d'argento e i giocattoli imbrattati di qualche bambino troppo vivace, dimenticate nelle cantine di migliaia di case sparse lungo lo Stivale. La mentalità cardine del paese che per eccellenza conserva tesori nascosti in ogni angolo del proprio territorio, non si risparmia nemmeno fra le mura domestiche e sotto i saggi consigli delle nonne - «Non si butta via niente, può sempre tornare utile» - trova nel 2023 un'audience sempre più attenta.

Vuoi per un'interesse maggiore verso la salvaguardia dell'ambiente e la ricerca di uno stile di vita eco-compatibile, vuoi per costumi radicalmente mutati nel post pandemia, il mercato del vintage, che ingloba molti settori merceologici, dai mobili

all'abbigliamento fino all'oggettistica, sta marciando a ritmi sostenuti.

In base ai dati raccolti dall'Osservatorio Second hand economy di Bva **Doxa**, nel 2022 sono stati 24 milioni gli italiani che hanno comprato merce di seconda mano, generando un valore economico di 25 miliardi di euro, pari all'1,3% del Pil nazionale nel 2022. In questo scenario la Lombardia spicca in quanto prima regione per volumi d'affari prodotti, classificandosi al primo posto con 4,2 miliardi di euro, e per guadagni, posizionandosi in questo caso al terzo posto con 970 euro procapite.

Sul podio delle categorie, per valore generato, si colloca il

mercato dell'arredamento che nel 2021, fonte Registro Imprese, rappresentava il 39% del totale (358 imprese), al secondo posto, appena sotto, l'abbigliamento, formato da 337 aziende operanti nel settore. Di queste, circa la metà, si trovano a Milano e hinterland. Dall'indagine realizzata da Bva **Doxa**, il second hand è apprezzato soprattutto

dalla GenZ e dai Millennial (73%), ma anche tra le famiglie giovani con figli piccoli (75%).

Più difficile approfondire le singole motivazioni che conducono vecchie e nuove generazioni ad affidarsi ai mercatini dell'usato ma anche ad app specializzate, come Vinted o Vestiaire Collective, tra le piattaforme più impiegate per la rivendita di merce usata. «Se da una parte esiste sicuramente un'esigenza di risparmio, dall'altro lato negli ultimi anni il vintage sembra essere diventato una moda più che una scelta dettata da difficoltà economiche» spiega Paolo Zani, partner di Sita Ricerca, società di consulenza e ricerche di mercato sul consumatore nel settore lifestyle «In più oggi c'è un approccio pragmatico nei confronti degli articoli di prima necessità, che vengono valutati in base alla loro utilità. Le persone spendenti di fascia media, tralasciando il target luxury, preferiscono destinare i risparmi in esperienze da vivere con famiglia o amici». Al momento non sono stimabili i confini di questo settore ma la tendenza registrata risponde alla voglia di rispolverare le vecchie credenze, i datati album Panini, i vestiti couture anni '70, quelli al 100% Made in Italy, che identificano oggi un mondo così distante da risultare paradossalmente ancora più affascinante da esplorare.



Il mercatino dell'antiquariato di Castelleone, uno dei più rinomati della Lombardia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

