

Il Second Hand salverà la reputazione del Fashion System?

Il mercato dell'usato aumenta la coscienza dei consumatori finali verso tematiche ambientali, ma è veramente possibile invertire tutto quello che è stato fatto dall'umanità?

Il mondo oggi è dominato dal consumismo. Quasi tutti attraversano un periodo della vita, generalmente durante l'adolescenza, nel quale comprano vestiti in maniera impulsiva, senza pensarci troppo. Questi finiscono per essere usati pochissimo e si fa presto a dimenticarli in fondo all'armadio. Secondo gli studi della psicologa Kit Yarrow questi comportamenti sono molto comuni: secondo le sue stime i vestiti comprati e mai indossati costituiscono il 10% dell'armadio di molte persone. Si acquistano continuamente nuovi vestiti senza preoccuparsi delle conseguenze, ma che costi hanno questi comportamenti? L'industria della moda è responsabile dell'8,1% delle emissioni totali di gas serra; globalmente l'industria tessile produce 62 tonnellate di tessuto per anno: nei prossimi decenni questo numero è destinato a raddoppiare, portando all'utilizzo di ulteriori consumi di materie prime sempre più preziose come l'acqua. Per fare un esempio, secondo diversi studi, per creare una maglietta di cotone sono necessari 2700 litri di acqua, l'equivalente di quello che beve una persona nel corso di due anni e mezzo. Questo costituisce solo uno dei molti aspetti negativi.

Per fortuna, molte persone hanno capito che questa dinamica non è sostenibile all'infinito. Il consumatore si trova davanti a una scelta: cambiare o soffrirne le conseguenze. Qui entra in gioco il second hand o il

vintage fashion come occasione di consumo eco-friendly. Ma non è sempre stato così. Prima che diventasse un "trend", la maggior parte dei giovani non era a proprio agio con addosso dei vestiti usati. Al contrario, adesso è molto diffuso andare con gli amici nei negozi dell'usato alla ricerca di "tesori" unici.

Negli ultimi anni il settore del second hand è cresciuto di pari passo con una presa di coscienza sempre maggiore rispetto alle tematiche sociali, facendosi strada soprattutto tra i giovani che da sempre sono i consumatori più attenti al risparmio. Tuttavia, molte aziende sfruttano questo nuovo trend globale per fare quello che viene definito "greenwashing". Con questo termine si fa riferimento a tutte quelle strategie di marketing finalizzate a costruire un'immagine di sé ingannevolmente positiva con lo scopo di distogliere l'attenzione dell'opinione pubblica dagli effetti negativi per l'ambiente dovuti alle proprie attività o ai propri prodotti. Le iniziative proposte celano una politica aggressiva sui prezzi e lo sfruttamento non regolamentato delle risorse del pianeta.

Il mercato dell'usato è cresciuto rapidamente grazie ai social network; molti giovani hanno creato dei piccoli negozi online su Instagram, Deepop, Vinted, Vestiaire Collective. Comprare vestiti second hand non è più sinonimo di povertà e cattivo gusto ma è diventata una cosa comune e persino trendy. Quasi una caccia al tesoro, un gioco a chi trova la "perla" più rara al minor prezzo possibile.



Screenshot dal Instagram
@cliobargellini



Screenshot da Instagram
@lolitavintage

Al momento stanno spopolando eventi come il Milano East Market o il VINO Kilo che ad ogni edizione radunano centinaia di visitatori e compratori. Per soddisfare l'enorme richiesta sono nate delle vere e proprie "niche celebrity": alcuni reseller sono diventati infatti dei second hand influencer di successo a cui molti, soprattutto giovani, si ispirano. Di seguito alcuni esempi. Clio Bargellini, oltre a vendere capi

vintage sul proprio sito personale, realizza dei reels in cui mostra come indossarli in un modo creativo. Lolita vintage ha una grande passione per il vintage. Infatti, vende capi usati o creati da lei stessa.

L'interesse sempre crescente per l'usato fa ben sperare, ma sarà abbastanza per salvare il mercato della moda dalla sua cattiva reputazione?

di Kovács Beatrix