



INDIVIDUALIZZAZIONE • i giovani alla ricerca del proprio modo di essere e di vestire

# Abbigliamento usato? Perché no

È la ricerca estrema dell'unicità. Ma è anche una moda

EMANUELE SACERDOTE

L'usato piace. Anzi è di moda tra i giovani. Insieme allo street wear (si veda MARK UP di dicembre 1998, a pag. 180) rappresenta una variante dell'abbigliamento urbano molto apprezzata dai giovani. Esprime e rappresenta una ricerca portata all'estremo: sono capi assolutamente unici. E non potrebbe essere

altrimenti: nell'usato non c'è alcun assortimento di taglia, colore o modello. I vestiti dismessi posti in vendita rispondono così al bisogno di uno stile autenticamente personale, un modo di essere contro qualsiasi omologazione possibile, per di più inimitabile. Il capo usato assume un valore aggiunto immateriale molto forte.

Il target più sensibile a questo segmento di mercato è costituito dai giovani, residenti nelle grandi metropoli, di 15-30 anni d'età.

L'abbigliamento usato spazia dal formale (giac-

che di velluto, impermeabili) all'informale (jeans, giubbotti di college americani). In tutti i casi sono capi ricchi di personalità, prediletti da un target specifico di individui, con connotazioni decisamente progressiste. Di fatto molti degli articoli venduti hanno fatto la storia degli anni '60, '70 e '80. Marcata la provenienza dai paesi del mondo anglosassone: come se l'acquirente che li indossa li usi a mo' di maschera, per esternare i valori di quei tempi in chiave contemporanea.

Altra parte consistente dell'abbigliamento trattato è costi-

tuita dai capi militari. Sono dei must: ormai a 40-50 anni di distanza continuano a mantenere intatto il loro fascino per i valori (o controvalori) che rappresentano sia che si tratti di modelli d'epoca (come

possono essere quelli impiegati nella seconda guerra mondiale) sia che si tratti di modelli recenti e contemporanei, in dotazione alle varie armi.

I prodotti di seconda mano possono essere acquistati solo in negozi dedicati o in qualche mercatino. Il punto di vendita assume un ruolo chiave in quanto accredita al prodotto le valenze di originalità, autenticità e provenienza, come anche la certificazione di qualità: per essere resi qualitativamente accettabili i capi, prima di essere rivenduti, devono essere lavati e se è il caso

anche rammendati; in gergo si dice rianimati.

Alcuni negozi propongono in assortimento capi d'importazione parallela che ritrovano, nell'offerta globale del punto di vendita, una logica naturale: infatti, come i vestiti usati, i capi d'importazione parallela presentano un assortimento ridotto. ★

Nel quadrante della moda (il posizionamento del second hand wear)



© MARK UP

Fonte: elaborazione dell'autore

## Dove si vende e come si comunica

**DISTRIBUZIONE** Esiste solo una distribuzione dedicata. Tra i più rappresentativi: il mercato di Senigallia a Milano; Docks Dora a Torino e Milano (via Toffetti); Surplus e lo Specchio di Alice a Milano (corso di Porta Ticinese); Arsenico e Breakfast a Torino (via G. Ferrari). Per l'abbigliamento militare: Martini Luciano e Figli a Milano, Alzaia Naviglio Grande n. 58.

**COMUNICAZIONE** Nessun tipo di comunicazione di massa. I messaggi si trasferiscono attraverso rapporti interpersonali, tramite opinion leader (i cosiddetti viol-very important opinion leader) che in questo ambito esercitano un'influenza fortissima e sono fonte d'imitazione.

**TENDENZE** La ricerca dei punti di vendita più forniti.

## I modelli e i riferimenti dello stile

### ABBIGLIAMENTO

**Jeans** È il capo d'abbigliamento per eccellenza. I mitici Levi's originali sono la marca più ricercata.

**Soprabiti** I famosissimi spolverini americani color panna.

**Capi spalla** I più richiesti sono le giacche e i giacconi in pelle o camoscio, le giacche a 3 bottoni in velluto e i giubbotti dei college americani.

**Militare** Gli articoli distintivi sono rappresentati da: giacche sahariane militari, combat pant, parka tedeschi, tute mimetiche della Guerra del Golfo.

### SCARPE

**Da passeggio** Anfi militari, stivali da cow-boy e scarpe anni '60 (stile Beatles) sono presenti nei negozi.

**Sportive** Si iniziano anche a trovare le prime scarpe da ginnastica modello Adidas Stan Smith.

### ACCESSORI

**Articoli** Occhiali da sole e da vista, orologi, braccialetti, parrucche sono i capi in voga. Nei negozi di abbigliamento militare è possibile acquistare anche attrezzature da campeggio e per le attività outdoor.



più

- Negozi speciali
- Fascino dei prodotti
- Prezzi contenuti

meno

- Reperimento
- Qualità
- Assortimento