

ECONOMIA | PRIMO PIANO

Economia circolare
Trainato dall'online, il trend è in forte crescita
I settori più importanti? Motori, casa, persona e sport

Seconda mano: i numeri del boom

di Patrizia Ginepri

Sarà l'anima sempre più green, sarà il bisogno di risparmiare o semplicemente la passione per il vintage e il design dei decenni scorsi, sta di fatto che un italiano su due, almeno una volta ha venduto o comprato un oggetto, un abito, o un accessorio usato. Il 43% lo ha fatto nell'ultimo anno. Dopo la pandemia, con l'inflazione alle stelle e una crescente sensibilità nei confronti dell'ambiente e dell'economia circolare, il volume d'affari che deriva dal business dei prodotti di seconda mano ha raggiunto lo scorso anno l'1,4% del Pil, per un valore di 24 miliardi di euro. A rivelarlo è l'ultima edizione dell'Osservatorio Second Hand Economy condotto da Doxa per Subito. A livello di giro di affari i settori più importanti sono i motori (12,9 miliardi di euro), casa, persona ed elettronica (3,8 miliardi), sport e hobby (2,3 miliardi). L'osservatorio stila anche una classifica delle regioni dove l'economia dell'usato genera più valore: al primo posto c'è il Lazio (3,9 miliardi), segue la Lombardia (3,8 miliardi), sul podio al terzo posto il Veneto (2 miliardi).

La spinta ecologica e il boom dell'online

Sono quasi 23 milioni gli italiani che hanno scelto questa forma di economia circolare e il 66% di chi ha comprato ha guardato alla seconda mano come primo canale di riferimento, dimostrando, specialmente per le vendite, in crescita rispetto all'anno precedente, di considerare questa modalità come un modo smart di fare spazio, dare valore agli oggetti e guadagnare o risparmiare. Il tutto all'insegna della sostenibilità, che rimane il primo valore di riferimento dell'economia dell'usato (54%). Secondo un'indagine di ProntoPro Sono soprattutto le donne (70% del totale) di età compresa fra i 20 e i 35 anni ad acquistare usato, in particolare quelle residenti nel Nord Italia. L'abbigliamento è in prima linea, seguito dall'acquisto di elementi d'arredo e accessori.

La spinta più significativa per il settore deriva dal volume degli affari online che costituisce quasi il 50% del totale ed è passato da 5,4 miliardi di euro nel 2014 a 11,8 nel 2021, con una crescita netta di 1 miliardo di euro anno su anno. È quindi proprio grazie all'online che il valore totale della seconda mano nel 2021 è tornato a livelli pre-pandemia (24 miliardi nel 2019, 23 nel 2020). Il settore mantiene il terzo posto tra i comportamenti sostenibili più messi in atto dagli italiani (52%), con picchi ancora più alti di adozione nel 2021 per i laureati (68%), generazione Z (66%), 35-44 anni (70%) e famiglie con bambini (68%). Secondo gli addetti ai lavori, l'economia dell'usato è entrata a tutti gli effetti tra le abitudini di consumo degli italiani, grazie proprio al digitale, che si è evoluto attraverso l'introduzione di piattaforme e servizi sempre più integrati, che consentono di gestire la compravendita totalmente da smartphone, offrendo una customer experience sempre più simile all'e-commerce.

LE CIFRE**23**

Milioni di italiani hanno scelto questa forma di economia circolare e il 66% di chi compra second hand lo considera il primo canale

11,8

Miliardi di euro il volume degli affari sull'usato online nel 2021 (sette anni prima la cifra era di 5,4 miliardi)

70%

Si rivolge all'online contro il 30% di sette anni prima, chi vende utilizzando il web è salito dal 45 al 72%

**Il trend**

Dal 2014 al 2021, è salito dal 30% al 70% il numero di chi si rivolge all'online per acquistare mentre chi vende passa dal 45% al 72% attestando una crescita sia in termini assoluti sia di frequenza. In particolare, nel 2021 l'online ha superato l'off-line anche come canale più utilizzato per l'acquisto, mentre per la vendita era già assestato, e in maniera cross target. La frequenza della compravendita di usato continua a crescere insieme al numero di oggetti comprati e venduti. Dall'Osservatorio emerge che il 72% di chi ha acquistato e il 69% di chi ha venduto lo fa almeno una volta ogni 6 mesi. Inoltre, il 72% di acquirenti e il 76% di venditori dichiara di avere comprato almeno lo stesso numero di oggetti dell'anno precedente. In pratica una volta scoperto questo mercato e sperimentata l'immediatezza e la facilità di utilizzo, fare second hand diventa una sana abitudine che attrae ogni anno nuove persone (15% nel 2021). Il guadagno di chi ha venduto oggetti usati nell'ultimo anno è stimato intorno ai 1.121 euro. Dopo due anni di forte cambiamento e incertezza, il "rimuovere" gli oggetti non necessari assume anche un aspetto "emotivo", con la possibilità di guadagnare qualcosa e magari trovare un capo o una borsa firmati a prezzi accessibili.

Piccole aziende in crescita anche a Parma

La filiera della seconda mano è legata al territorio: in ogni regione ci sono diverse buone pratiche. Anche in Emilia Romagna il business è diventato interessante. Il mondo dell'usato è fatto di piccole e piccolissime imprese, che negli anni hanno costruito un settore autonomo, con un ampio bacino di clienti anche nella nostra città. Il mercato - dopo la pandemia - è in ripresa e alimenta nuovi progetti di crescita. Complessivamente i punti vendita a Parma, dai mobili all'abbigliamento, dai quadri all'oggettistica, solo oltre una decina, alcuni dei quali presenti da moltissimi anni.

«Il mercato dell'usato cambia continuamente e ci costringe a stare sempre al passo. È mutata la percezione delle persone, ma anche la qualità degli oggetti esposti - assicura Alessandro Solimei, titolare del punto vendita Mercatopoli Parma Sud aperto nel 2004 -. Per questo è importante conoscere la merce in modo approfondito, così come occorre saperla presentare e valorizzare. C'è poi un'altra sfida. Il mondo dell'usato è diventato da qualche anno un'importante realtà online, che apre nuovi orizzonti al commercio tradizionale nel punto vendita. Noi utilizziamo entrambi i canali, la rete ha potenzialità enormi. Il salto di qualità è già avvenuto.

«Prima i negozi di seconda mano erano considerati come una sorta di rigattieri, locali polverosi, vendita un tanto al chilo - spiega Solimei -, oggi invece un buon marketing, la

merce pulita e ben esposta, divisa per settori e filtrata da una selezione accurata, avvalorano il concetto di quanto sia "cool" comprare usato. In questa direzione ha aiutato anche il mondo della moda con il recupero del vintage e dell'oggetto rétro o di design. Noi siamo forti nel settore dei mobili, ma non solo. Vendiamo 1.800 libri al mese, non è vero che le persone non leggono. Magari sono più attente al risparmio. In fondo, se ci pensiamo, è tutto usato, dalle posate del ristorante ai materassi di un hotel. Sempre più persone persone scelgono la sostenibilità ambientale, permettendo un riutilizzo che evita sprechi e inquinamento. Questo modo di pensare porta a considerare l'usato non come una discarica ma come un modo diverso di trovare pezzi unici».

Anche il Mercatino dell'usato di via Rapallo ha alle spalle una storia importante. «Aperto 27 anni fa ha raggiunto, in questo arco di tempo, oltre 70 mila tesserati (utenti che comprano e vendono ndr)» spiega il titolare Simone Petrarca. Con lui lavorano altre cinque persone. «Il mercato ha subito alti e bassi - ammette - dopo la pandemia siamo in ripresa. Il tema ambientale è oggi molto sentito e noi rappresentiamo appieno l'economia circolare. Dal nostro punto di osservazione possiamo dire innanzitutto che è cambiata la clientela, ci sono molti più giovani e questo è dovuto anche ai canali social, pur non avendo attivato il canale di vendita online. Un punto di forza deriva dal fatto che selezioniamo con cura gli articoli esposti, dai capi firmati ai mobili dell'Ottocento o del modernariato».

A guardare al futuro con obiettivi di crescita è Filippo Ghirelli, uno dei due titolari di Mercatopoli Parma Centro. «Dopo il lungo periodo del Covid siamo di fronte a una ripresa importante - premette -. Nel nostro punto vendita il livello della merce è medio-alto, così come la nostra clientela è qualificata ed esigente. Credo che Parma richieda questo tipo di usato di elevata qualità, per questo ci stiamo attrezzando per cambiare ulteriormente passo con un progetto che verrà realizzato entro la fine del 2023. Avremo una nuova veste grazie ai 5 marchi che ho creato e registrato. Diventeremo una srl e saremo più strutturati, grazie a nuove assunzioni. In particolare punteremo ad implementare lo shop online, sia a livello nazionale che internazionale».



Prima i negozi di seconda mano erano considerati rigattieri polverosi, oggi con un buon marketing e la merce ben esposta sono diventati «cool»

Dalla prima pagina

di Claudio Cacciamani

Gli hedge fund non scommettono più contro l'Italia

Da tutto ciò emerge come un hedge fund che metta sotto attacco, tipicamente al ribasso, un Paese e i suoi titoli sovrani riesca a conseguire un profitto solo «convincendo» il mercato della ragionevolezza della sua previsione speculativa e, conseguentemente, trascinando esponenzialmente nel suo stesso giudizio anche numerosi altri investitori. Se tale azione avesse successo, le sue previsioni si «auto-avvererebbero» e la speculazione porterebbe un notevole profitto. Come avvenuto per il nostro Paese, in passato già oggetto di vari attacchi speculativi, la difesa passa per l'inversione del giudizio sia degli investitori nell'hedge fund sia di coloro a questo accodatisi. Ciò si può conseguire mediante due azioni. La prima, non costosa, dimostrando che il Paese ha fondamentali economici forti, tali da non giustificare una speculazione al ribasso. La seconda, al contrario molto costosa, prendendo in proprio o tramite «alleati» una posizione esatta e contraria a quella dell'hedge fund, facendo invertire le aspettative ribassiste generate sul mercato dall'azione dell'hedge fund- Ne deriva una defatigante «guerra di resistenza»: una al ribasso dell'hedge fund e una al rialzo e/o al mantenimento del valore dei titoli oggetto di speculazione da parte del Paese attaccato e dei suoi alleati. Nei vari attacchi speculativi al ribasso verso l'Italia e i suoi titoli pubblici, la difesa è avvenuta mediante un costosissimo investimento statale e di investitori domestici in titoli di Stato nazionali per sostenerne i prezzi. La decisione dichiarata dagli hedge funds di non speculare, almeno per il momento, sul nostro Paese ha varie implicazioni. Per lo Stato ciò comporta la possibilità di effettuare piani finanziari di medio termine senza lo stress di doversi difendere da attacchi speculativi ribassisti di breve periodo. Questo dovrebbe ridurre il costo del debito pubblico, con possibilità di dirottare risorse finanziarie in altri scopi di comune interesse e utilità pubblica. Per le imprese nazionali quanto sopra migliora la credibilità e il rating del Paese in cui sono basate, con un più elevato standing aziendale e un costo delle risorse finanziarie sceso da incrementi improvvisi e fuori da ogni prevedibile evento. Infine, per i privati l'assenza di speculazioni verso l'Italia implica una maggiore sicurezza e un rendimento più stabile nel tempo dei propri risparmi. Al termine del film, Antonia e Peppino continuano a sperare che, seppure rientrati negli Stati Uniti, la miliardaria americana torni ancora a Roma per l'ennesima partita a scopione scientifico, nella vana illusione di conseguire la vincita della vita. In realtà, Cleopatra, la loro primogenita, metterà definitivamente fine al gioco, regalando alla giocatrice una torta imbottita di veleno per topi da portare negli Usa: non ci saranno altre partite, puntate e, fortunatamente per Peppino e Antonia, perdite. L'auspicio comune è che possa essere così anche per l'Italia il più a lungo possibile. *Ordinario di Economia degli Intermediari Finanziari dell'Università di Parma

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA