

## Anche Valentino e Ferragamo nel percorso (virtuoso) dell'usato

Non è un vezzo, ma una scelta dettata dall'urgenza di consumi più sostenibili che nel 2030 muoverà un business globale da 84 miliardi di dollari: apripista è stato Gucci Vault

di Chiara Beghelli

31 ottobre 2021



### I punti chiave



- [Valentino Vintage in boutique di tutto il mondo](#)
- [Le collezioni recuperate di Ferragamo](#)
- [Crescono start up e piattaforme dedicate](#)

[Ascolta la versione audio dell'articolo](#)

🕒 2' di lettura

Un tempo i negozi dell'usato erano una sorta di luoghi misteriosi dove entrare con curiosità, grandi aspettative e un po' di reverenza per la moda del passato.

Nell'epoca in cui vestirsi con capi second hand non è più solo un vezzo, ma una scelta dettata dall'urgenza di consumi più sostenibili, la passione per l'usato è cresciuta dando vita a numerose piattaforme e app specializzate, nate come marketplace di scambio fra privati.

### Valentino Vintage in boutique di tutto il mondo

Il successo della formula (un report GlobalData-ThredUp stima che il *resale* genererà vendite per 84 miliardi di dollari nel 2030) sta attirando, però, anche sempre più numerosi marchi di moda che decidono di curare direttamente la vendita dei propri capi vintage. Dopo l'esperimento di Gucci Vault, lanciato a settembre, Valentino ha annunciato il lancio del progetto **Valentino Vintage**, che coinvolge boutique Valentino e negozi specializzati in second hand di tutto il mondo.

In una prima fase i clienti potranno far valutare i loro capi Valentino da quattro negozi selezionati dalla maison romana (al momento a Milano, New York, Los Angeles e Tokyo Shibuya) e ricevere in cambio un buono da spendere nelle boutique Valentino; dal prossimo gennaio, invece, i vintage store potranno vendere direttamente capi vintage Valentino, con modalità che saranno divulgate a ridosso del lancio.

## Oggi anche

uccia apre al fascino del vintage con il progetto «Vault»



## Le collezioni recuperate di Ferragamo

Un altro percorso nuovo e interessante è quello appena intrapreso da **Salvatore Ferragamo**, intensamente impegnato nella messa in atto del suo piano di sviluppo sostenibile “Sustainable Thinking”: nella selezione Positively Conscious della piattaforma Farfetch sarà messa in vendita la collezione **Icon Up**, composta da 300 pezzi e che include modelli tra i più rappresentativi della maison come le calzature Vara e Varina. Si tratta di una collezione upcycled, poiché le creazioni nascono da prodotti e materiali recuperati dallo stock di Ferragamo, come scarpe, accessori e sete stampate, reinterpretati dal team creativo del brand e realizzati da artigiani locali e dai giovani addetti alla Manovia, lo storico reparto interno di prototipia e manifattura di Ferragamo. Anche il packaging in questo caso sarà totalmente sostenibile, grazie alla carta Favini Remake composta al 30% da cellulosa di riciclo post-consumo e al 25% da residui della filiera della pelletteria.

## Crescono start up e piattaforme dedicate

Tale proliferare di iniziative genera quello di start up specializzate nella fornitura di **software gestionali** per il resale: al momento chi vanta le collaborazioni più importanti è **Reflaunt**, già parte della Maison des Startups di Lvmh. Dopo aver stretto accordi con Cos, Balenciaga, H&M e Harvey Nichols, Reflaunt fornisce il suo servizio anche a Ynap: attraverso i canali Net-a-porter, Mr Porter e The Outnet, i clienti delle piattaforme possono da questo mese vendere gioielli, abbigliamento, accessori in cambio di credito con un incentivo extra del 10% o bonifico bancario diretto una volta venduti. Il marketplace specializzato nel second hand Poshmark, da gennaio quotato a Wall Street, ha appena lanciato il tool Brand Closet, per permettere ai brand di gestire le vendite di capi usati direttamente con gli utenti.