



**IL NOSTRO ESPERTO**  
**UN GRANDE SOCIOLOGO**  
**FIRMA MILLIONAIRE**

\*Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab e FCL do Brasil. Docente alla Domus Academy, alla Sole24Ore Business School e al Politecnico di Milano, lavora da oltre 30 anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato. Ha pubblicato il libro *Crescita felice*. È l'ideatore del Festival della crescita. Ogni mese, in questa pagina, presenta i trend su cui puntare. **INFO:** [www.futureconceptlab.com](http://www.futureconceptlab.com)

**La compravendita dell'usato produce nuove attività e mestieri. Il modello olandese viene imitato anche in Italia**

## La riscoperta creativa della *Second Hand*

Il fenomeno *Second Hand* e le attività a esso collegate (compravendita, interventi creativi, siti e App per la comunicazione di questa dimensione del consumo) conoscono ormai numeri importanti anche in Italia. Si imitano realtà come quella olandese (vedi box), che da anni costituisce un vero e proprio fenomeno *mainstream*, soprattutto per la generazione dei Millennials (18-34 anni). Una recente ricerca Doxa misura il mercato italiano dell'usato in 38 miliardi di euro nel 2015, con un peso del 38% solo per l'online. Un dato interessante emerso dalla ricerca dimostra che solo il 10% dei soggetti coinvolti nella compra-vendita dell'usato può essere ricondotto alla visione dell'usato come stile di vita, mentre ben il 34% propone una visione giocosa e di sperimentazione divertita. Si afferma dunque un nuovo stile di pensiero, il "pragmatismo creativo" tipico del consumo di una nuova generazione: per loro il risparmio è importante come disfarsi da ciò che è superfluo, guadagnandoci, ma soprattutto è importante sperimentare a costo zero. Questa attitudine produce mille nuove attività e mestieri.

Parliamo infatti di una generazione che trasforma tutto ciò che è usato o di seconda mano, in materia creativa da rigenerare: cambiano aspettative, competenze, soddisfazioni. E cambia la natura stessa del consumo, ciò che già esiste, può essere re-inventato, rigenerato, ri-utilizzato in modo intelligente. Dalla società del possesso alla società dell'accesso, come scrisse Jeremy Rifkin ormai 10 anni fa. È questa una dimensione che si libera dall'ossessione della decrescita e cavalca invece la creatività personale, l'ingegno, il desiderio di rinnovare a costo zero. Questa dimensione rinnovata del *second hand* è nata con il Web e con il Web continuerà a evolversi, utilizzando la platea virtuale e reticolare per amplificare le proprie attività, le opportunità di lavoro, il proprio pubblico e il proprio mercato di riferimento.



### L'USATO IN OLANDA. IL CASO IJ-HALLEN

Nei Paesi Bassi esiste una tradizione importante dell'usato. Per gli olandesi il *second hand* rappresenta da sempre un canale alternativo fondamentale per l'acquisto e la vendita di oggetti di ogni genere. Non è un caso che Amsterdam ospiti il più grande Flea Market europeo, l'IJ-Hallen situato a nord della città e raggiungibile con un traghetto dal porto. Una vera e propria città nella città che due volte al mese si anima di centinaia di bancarelle, sempre diverse, in cui comprare e vendere di tutto, non solo vintage, ma qualsiasi prodotto di uso più o meno comune. Amsterdam è una città che negli ultimi anni ha attirato studenti da tutto il mondo, grazie a una politica universitaria aperta e di grande qualità. Per questa ragione, oltre che per cultura, sono nate e cresciute pagine web (soprattutto su Facebook) dedicate principalmente agli studenti (ma non solo), dove è possibile inserire annunci di vendita e quindi reperire ogni tipo di bene: dalle stanze in affitto alle sneakers, dalle biciclette ai computer, tutto rigorosamente *second hand*. **INFO:** <http://ijhallen.nl/en/index.php>

