

L'ECONOMIA DEL RICICLO. La cooperativa Insieme conferma un aumento della clientela del 15 per cento al mese, a partire dalla riapertura del negozio a metà maggio

# Abiti usati, boom di vendite nell'anno covid

«Abbiamo cercato di comunicare il valore sociale e ambientale degli articoli di seconda mano. Ormai l'età media si è abbassata ed è cambiata l'identità»

Laura Pilastrò

Abiti, oggettistica, libri e mobili di seconda mano: una prima scelta per molti. Una tendenza precisa che si è consolidata negli ultimi mesi è quella che la cooperativa Insieme registra nella vendita dell'usato. Aumentato del 15 per cento in media ogni mese, a partire dalla riapertura del negozio, nella seconda metà di maggio. Un'impennata che i vertici della coop provano a spiegare anche con un cambiamento valoriale generato dal periodo difficile dell'emergenza coronavirus: l'usato come simbolo di un nuovo modello di sviluppo. E tutto questo mentre l'osservatorio economico di Confesercenti, elaborando i dati Istat, indica che da marzo ad agosto la spesa delle famiglie vicentine per beni, ristorazione e tempo libero è diminuita circa del 16 per cento su base mensile, per un importo pari a 235 euro per famiglia, rispetto allo stesso periodo del 2019, nonostante la cassa integrazione, i bonus e gli altri sostegni a nuclei famigliari e lavoratori.

Ma la componente del risparmio, spiega la presidente della cooperativa Insieme, Marina Fornasier, non incide nelle decisioni di acquisto

di chi è orientato al riuso. «È una scelta di senso, più che di prezzo. Il prezzo dei prodotti che vendiamo tiene conto del lavoro che c'è dietro per rimetterli in vendita». Dalla selezione dei capi tra i 500-600 chili di materiale che ogni giorno viene "processato", alla loro igienizzazione ed esposizione finale con prezzatura. Un lavoro che coinvolge anche chi è ai margini, con progetti di inclusione sociale che riempiono di valore il prodotto finale. Dei 200 operatori della cooperativa, sono una ventina i volontari e una novantina le persone inserite in percorsi educativi. «Quando il mercatino è rimasto chiuso durante il lockdown - riprende la presidente - abbiamo subito perditte per circa 250 mila euro. In parallelo all'esperienza con l'online e con l'home delivery che ha riguardato cibo, libri e biciclette, abbiamo cominciato a ragionare su come recuperare terreno. Temevamo che l'u-

**L'osservatorio di Confesercenti parla di un calo della spesa delle famiglie rispetto all'anno scorso**

sato avrebbe intimorito i clienti; gli scenari erano potenzialmente nefasti e così abbiamo deciso di investire su una campagna di comunicazione che facesse leva sul valore ambientale e sociale degli articoli di seconda mano. Il plusvalore consiste nel fatto che quella cosa l'hai tolta dalla discarica e l'hai fatta tornare risorsa, con l'aiuto di persone fragili seguite da servizi sociali». Un messaggio che ha funzionato se, come spiega Fornasier, «dopo un exploit del 20 per cento in giugno, anche i mesi seguenti si sono assestati su ricavi più alti del 15 per cento rispetto al 2019. Merito anche di un giovane influencer vicentino che senza che lo sapessimo ha dato visibilità al nostro negozio dell'usato, tanto che da allora stiamo osservando che l'età media dei clienti si sta abbassando». Come sta cambiando l'identità di chi acquista: «Famiglie, gruppi di amici, persone diverse rispetto ai clienti storici. L'ha detto anche il presidente del Consiglio all'assemblea annuale di Confindustria, questo modello di sviluppo è sbagliato, la sostenibilità ambientale e sociale devono essere le basi per fare impresa. Parole che sembrano prese dallo statuto della cooperativa». •



Sono aumentati i clienti nei negozi di articoli di seconda mano

## Le famiglie numerose

«Come andiamo avanti? Ci diamo delle priorità»



Le famiglie numerose non hanno cambiato le abitudini di spesa

La crisi innescata dal Covid non li spaventa, da "supereroi" della famiglia quali sono. I plurigenitori sono abituati da tempo a rinunciare e sacrificare per crescere i loro nuclei extralarge. Ma se, come indica Confesercenti, da marzo ad agosto, le famiglie hanno speso in media 235 euro in meno al mese, è facile dedurre che la gestione del carrello sia particolarmente rigorosa per chi ha prole numerosa. Come Diego Campiello, piccolo imprenditore vicentino che di figli ne ha 9, dai 12 ai 29 anni: «Una famiglia numerosa, che non ha dei redditi strepitosi, le difficoltà le ha sempre. C'erano prima, ci sono adesso. Io e mia moglie prestiamo la stessa attenzione negli acquisti, non vediamo grandi differenze di approccio, nonostante abbiamo patito e patiamo

come tutti gli effetti della crisi, nel periodo di lockdown, la mia attività è rimasta ferma per un paio di mesi. Si valuta di volta in volta, quando c'è una disponibilità maggiore, si possono fare spese superiori, altrimenti no. Ci diamo delle priorità, prima mia moglie va a fare la spesa, poi viene tutto il resto, scarpe e vestiti compresi». «La spesa più importante che abbiamo dovuto sostenere - racconta, invece, Mariano Zen, geologo libero professionista, con 4 figli di età compresa tra i 6 ai 14 anni - è stato l'acquisto di un computer per la didattica a distanza, purtroppo poco prima che uscisse il bando che agevolava le famiglie numerose. Con l'emergenza, il mio lavoro ha subito una battuta d'arresto. Se mia moglie non fosse una dipendente pubblica non so se ce l'avremmo fatta». L.P.

**Speciale.** | SCELTI PER VOI | A cura della **Publiadige** Concessionaria di Pubblicità

“Traslocare un ufficio, un appartamento, la propria casa, non è solo richiedere un servizio, magari al minor costo, ma bensì permettere che qualcuno entri nell'intimità della propria vita lavorativa o privata. Ecco perché vorremmo che il rapporto fosse professionale ma nello stesso tempo confidenziale e riservato”. Ecco perché seguo direttamente le mie squadre di lavoro in ogni situazione e rispondo personalmente di ognuno dei miei collaboratori. Ecco perché siamo e vogliamo rimanere un'azienda a carattere familiare nati e cresciuti sul territorio dove operiamo con successo dal 1975.

CONTATTACI:  
**338 6037378**  
**0444 341234**  
[www.traslochivicenza.com](http://www.traslochivicenza.com)

# I CASAROTTO®

## PARRUCCHIERI

[www.icasarotto.it](http://www.icasarotto.it)

**Sara Anastrelli, Miss Hair Vicenza 2020**

VICENZA UOMO DONNA ESTETICA Via dei Montecchi, 28 Tel. 0444.962888	VICENZA UOMO DONNA Viale Fusinato, 174 Tel. 0444.322417	COSTABISSARA (VI) DONNA S.S. Pasubio, 12/M Tel. 0444.557226	COSTABISSARA (VI) UOMO S.S. Pasubio, 12/F Tel. 0444.557237	MONTEVALE (VI) UOMO DONNA Viale Biron, 102 Tel. 0444.564421
---	--	--	---	--