Il trend

aperture di Milano, Varese

franchising de riuso e della solidarietà ha

aperto a Napoli. In modo

particolare con la cooperativa

soprattutto tra

Dopo le

e Lecco, il

nuovo

sociale Ambiente

Solidale e vende abiti usati. È boom

giovani

Stile vintage

«Car Boot», abbigliamento e oggetti nel portabagagli Dall'America in Campania l'idea dell'insolito metodo di vendita

Avete mai sentito parlare di "Car Boot"? È un termine inglese che in italiano significa portabagagli dell'auto e proprio negli Usa è nato il primo mercatino dell'usato in cui le macchine fungevano da espositori. Ebbene, seguendo la stessa idea, anche Napoli ha deciso di dare il via a

sempre più successo. Si tratta di un mercatino dell'usato e dell'artigianato locale, svolto su stand d'eccezione...i portabagagli delle auto. Il progetto ideato da MercatinoNapoletano.it e realizzato in collaborazione con l'Associazione "Diamo Vita alla Duse ha già riscosso ampio consenso.

Il franchising è sbarcato sotto il Vesuvio dopo le aperture degli store al Nord Italia In modo particolare a lanciare il progetto è stata la cooperativa sociale Ambiente Solidale

hi l'ha detto che il «second hand» è desti-Abiti usati nato alle bancarelle e ai mercatini, piutto-sto che a internet? Ecco, chi l'ha fatto si sbaglia di grosso, perché dare nuova vita agli abiti usati, può essere un affare, sia in termini economici che di opportunità, strizzando, perché no, anche l'occhio al sociale. E' nata a Napoli, infat-ti, la prima boutique di abiti usati della catena ita-Anche a Napoli liana Share (Second HAnd REuse), realtà che co-niuga sociale e abbigliamento unendolo sotto un unico brand. Dopo le aperture di Milano, Varese e Lecco , il nuovo franchising del riuso e della solidarietà ha aperto a Napoli con la cooperativa sociale Ambiente Solidale e commercializza indumenti di arriva Share seconda mano e manufatti artigianali, realizzati nei laboratori attivati in alcune opere promosse





dosi a consumatori consapevoli e responsabili, che non si accontentano di vestire con stile, ma che at-traverso l'abbigliamento, vogliono esprimere un modo di vivere alternativo. Gli abiti messi in vendi-ta da SHARE sono tutti capi unici per taglia e stile e provengono da diverse città italiane e dalle princi-pali capitali europee, in particolare dalle piazze di Parigi, Berlino e Amsterdam.
«Secondo alcune stime- si legge in una nota dif-fusa da Share- la Second Hand Economy vale 19 miliardi, l'i per cento del Pil e coinvolge il 50 per cento della popolazione sotto i 45 anni». Non solo acquistare articoli di seconda mano non è più un tabù, ma diventa anche una scelta sempre più apprezzata, in controtendenza con il mercato tradi-zionale, infatti, le previsioni danno ancora margini di crescita. «Tra i più giovani, anche in Italia, come in altri paesi europei, sta emergendo una maggiore consapevolezza rispetto al consumo, soprattut-to nell'ambito dell'abbigliamento, dove quello che

La responsabile Carmine Guanci: «Tra i giovani emerge consapevolezza verso il consumo»

si indossa esprimere sempre anche quello che si è - osserva Carmine Guanci, responsabile del progetto sul territorio nazionale per conto della cooperativa Vesti Solidale e del Consorzio Farsi Prossi-mo-. Per la generazione a cavallo del millennio, i cosiddetti millennials, vestire abiti usati non è una scelta di ripiego, ma è parte di uno stile di vita attento all'ambiente e alla ricadute sociali dei propri comportamenti». L'usato ormai fa tendenza e Sha-re è una sfida imprenditoriale vinta che tiene conto anche delle realtà meno fortunate, visto che una percentuale dei proventi viene reinvestita per progetti di utilità sociale. «L'idea – continua Antonio Capece, presidente della cooperativa sociale Am-biente Solidale - è quella di proporre non solo abi-ti, ma un approccio nuovo all'acquisto che genera senso di comunità».

Walter Medolla

SPECIALE AIP

Informazione Pubblicitaria a cura di PIEMME S.p.A.

ASSOCIAZIONE ITALIANA PELLICCERIA

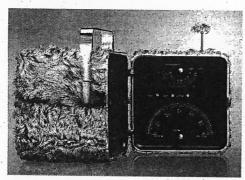
dalla Caritas Diocesana di Napoli. Share è un progetto nazionale che nasce dall'idea di rendere la moda democratica, solidale e non profit, rivolgen-

Pelliccia: cosa c'è dietro la moda?

na pelliccia, se è italiana, è qualcosa di più. Da sempre, l'ar-te di creare moda con que sta preziosa materia prima, è un vanto del nostro paese che tutto il mondo ci riconosce. Si tratta di un prima to che non è dovuto al ca-so: solo in Italia esiste, infatti, tutta la filiera produttiva che porta alla creazio-ne del prodotto finito offer to al consumatore. Una filiera che significa

controllo accurato di tutte le fasi della produzio ne, dagli allevamenti di animali da pelliccia, ai trat-tamenti di concia e tintura delle pelli, alla manifattura, alla distribuzione: ogni fase contribuisce alla realizzazione di prodotti unici e preziosi e, al tempo stes so, sostenibili e rispettosi

dell'ambiente. Unici e preziosi perché ogni pelliccia viene confezionata grazie ad un lavoro artigianale altamente



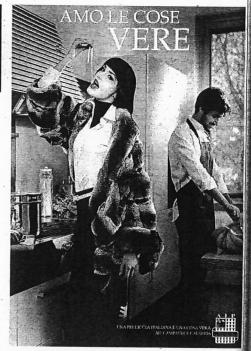
sono necessarie competenze acquisite con anni di attività: non esistono al mondo due pellicce perfettamente uguali e la pelliccia non può essere imitata. Gli artigiani italiani sono conosciuti internazionalmente per la loro capacità di innovazione: sanno creare prodot-ti originali e fortemente differenziati, con un elevato contenuto di qualità e di stile. Naturale, epilata o rasa-

mata, tinta in ogni sfumatura di colore la moda richieda, accostata ai tessuti più preziosi o tecnici e sportivi, la pelliccia è sempre uni ca e sempre nuova. Abiti, gonne, sciarpe, borse, scar pe, mantelle, giacche, cappotti, stole, cappelli, colla-ne, cuscini e coperte: la sua duttilità e bellezza consentono di reinterpretare le forme e le suggestioni della tradizione, di inventare nuo-

provenga da specie selva tiche o di allevamento, **la** pelliccia è una materia prima naturale, rinnoabile e completamente biodegradabile nel tempo. Nessuna specie a rischio di estinzione viene utilizzata dal settore pellic ceria, gli allevamenti sono regolamentati dalla legge come ogni attività agricola e sottoposti a costanti con trolli veterinari e i procedimenti di concia e tintura utilizzano sostanze a bassissimo impatto ambien-tale. Ma oltre a tutto que sto, dietro un capo che è di venuto un simbolo di lusso ed esclusività per quasi tutti gli stilisti internazionali, vi è **un settore moderno e**

te della creatività. Sostenibili e rispettosi dell'ambiente perché, che

responsabile impegnato bilità, dall'origine delle pelnella ricerca scientifica li al capo venduto in nego-zio, che dia al consumatore e tecnologica per garantire standard di produzione sempre più elevati e nella la più completa garanzia di trasparenza e qualità. realizzazione di un progetto Scegliere una pelliccia



da nel senso più completo del termine: unicità, bellezza, stile, qualità e soste-nibilità. **Una scelta con**sapevole e orgogliosa di quel saper fare che tutto





In vetrina

I cinque siti per poter piazzare tessuti fuori uso

Anche la rete può arrivare in soccorso di quanti devono sbarazzarsi di vestiti che non vanno più. Ecco cinque siti da tenere presente: Svuotarmadio: ti permette di creare una vera vetrina con tutti i tuoi oggetti. E' certamente il più comodo se devi vendere tanti oggetti e tenere tutto sott'occhio senza impallarti con decine di annunci diversi. Ebay: ci compriamo spessissimo: possiamo anche vendere

abbigliamento inserendo i nostri annunci. Amazon: altro portale usatissimo per gli acquisti, ma qui puoi creare anche il profilo venditore e il tuo negozio online Privategriffe: ideale per vestiti di marca che hanno troppo valore per essere buttati, ma che non ci piacciono più. Poshmark: Anche qui un facile strumento per creare la propria vetrina e vendere vestiti e accessori usati.

C'era una volta Resina A caccia di vestiti "vissuti"

Rovistare nei mercatini tra montagne di indumenti è diventato ormai un fenomeno transgenerazionale

lzi la mano chi alme-no una volta non è stato in un mercatino di «panni americani». Se non lo avete mai fatto, abbassate velocemente la ma-no, perché potreste essere delle mosche bianche, uno dei pochi che non ha mai provato l'ebbrezza del rovistare tra montagne di vestiti ammassati Che lo si voglia chiamare vintage, second hand o usato, la ricerca di abiti e og-getti che hanno già vissuto e vestito qualcuno, è diventato un fenomeno trasversale, che attraversa i generi e le tasche. Sì, perché se fino a qualche anno fa era, soprattutto, una questione di esigenza economica oggi è questione di mo-da e tendenza.

Resta memorabile la scena del film «il mistero di Bellavista», in cui un'indimenticabile Andy Luotto, nei panni del commerciante italo america-no Frank Amodio, fa il conto alla rovescia prima di tagliare la corda che tiene chiusa la balla di abiti usati in un mercato napoletano. La sequenza

del film, con tanto di ressa e scene di delirio, sembra sur-reale, ma rispecchia un perio-do della nostra città, quando i veri affari si facevano andando per mercatini.

Per anni la patria del vinta-ge nostrano è stato Resina, il mercato a cielo aperto ai pie-di della Basilica di Pugliano a Ercolano, ha vestito genera-zioni di giovani napoletani e ora da mercatino di quartiere di abiti usati è diventato una tappa obbligatoria per gli amanti del vintage.

Nato nel periodo della seconda guerra mondiale, Resina ha «sfruttato» la presenza degli americani arrivati a Napoli, e nella zona vesuviana, per la liberazione. Durante quegli anni i depositi logistici e i camion delle truppe allea-

Tra gli stand Un tempo in Campania c'era il market di Ercolano, molto visitato pure dai turisti

te furono presi di mira e alimentarono la nascita del fe nomeno che ha resistito fino al terremoto dell'80 ed è poi ripreso prepotentemente ne-gli anni '90. Ancora oggi Resina è meta

per gli amanti del genere e per tanti curiosi che si inoltrano tra le stradine e i vicoletti del mercato ercolanese. C'è, poi, chi ama non muover-si dal divano di casa e decide di fare shopping «second li-fe»direttamente online.

Le due cose sembrano po-ter stridere, ma sono tantissimi i siti internet che si occu-pano di vendita di prodotti d'annata. Il vintage non si fer-ma solo agli abiti, anzi: accessori d'abbigliamento, oggetti per la casa e libri sono ricercatissimi dagli aquirenti 2.0.
Il riuso funziona e, oltre a sposare correnti e idee anti-spreco, rest un must della moda dei giorni nostri, a pre-scindere dalle tendenze d'an-nata e dalle tasche degli acnata e dalle tasche degli acquirenti.

Walter Medolla



Il luogo Resina resta uno dei luoghi più frequentati per il mercato degli abiti usati

AIP CAMPANIA **E CALABRIA**

NAPOLI E PROVINCIA

ANTONELLI UMBERTO

Via Emilio Scaglione, 31 NAPOLI - 081 7404600

CAPPIELLO VITTORIO C.so Vittorio Emanuele, 21c

Napoli - 081 680715 CETTINA DI I. VISCONTI

Via Cappella Vecchia, 8

Napoli - 081 7643949

CINCINI ANTONIO

Largo Ferrantina a Chiaia, 1 Napoli - 081 400758

D&M di DE SIMONE

Via Chiaia, 108

Napoli - 0812512414 LELLERO LUIGI Via E. Alvino,75

Napoli - 081 5782532

LELLO PAGNOTTA Via C. Poerio, 96

Napoli - 081 7645987 MATVILA COLLECTIONS

Via Filangieri,11

MELE 1880 UNICA SEDE

C.so Umberto I, 217

Napoli - 081 202267

N.L. DI NICOLA LIBONATI

Via F. Crispi,31

Napoli - 081 7613910

ELSAFUR SRL

Via Lepanto, 25

Pompei (NA) - 081 0206047

LABORATORIO ARTIGIANO

ITALIAN STYLE'S DI SERGIO GILARDI

Via Vicinale Masseria Grande, 30/b Napoli - 081 7268817

SALERNO E PROVINCIA

BARBARA DI G. DE MARTINO

Via F. Manzo, 24/28

Salerno - 089 226373

DE SANTIS ANIELLO

Via Firenze, 18

Pontecagnano (SA) – 0839 81238 SALVATORE CARLINO

Via G.V. De Ruggiero,15 Salerno - 089 711379

AVELLINO E PROVINCIA

ALBA GALASSO PELLICCERIA ALTA MODA

Vico Giardinetto,2

Avellino - 0825 34028

CENTRO COMMERCIALE CERRONE

Via Dalmazia,8

Avellino - 0825 36991

D'ARIENZO SRL

Via Principe Amedeo,7 Solofra (AV) - 0825 581040

CASERTA E PROVINCIA

GRILLI LUIGI

C.so Pietro Giannone, 136

Caserta - 0823 355964

CESARIO ANTONIO

Via Diaz,8

Aversa (CE) - 081 8906483

OLIVA VESTE IN PELLE sri

Via Ciro Menotti, 3

CESA (CE) - 081 8903191