

“Il vintage? È diventato tutto marketing, esattamente come la sostenibilità”: la vera storia di un capo usato e la rivoluzione di Unsane con lo shopping second-hand “al peso”

Andrea Maffei ci guida nei retroscena dell'usato e lancia Unsane, un format itinerante che debutta a Milano e Roma per restituire dignità all'acquisto di seconda mano. E svela le regole d'oro per uno shopping consapevole

DI ILARIA MAURI



C'è una giacca di tela grezza appesa a una rella. È ruvida, pesante, segnata da sfumature che nessuna lavanderia industriale riuscirebbe mai a cancellare. Ci sono macchie di vernice bianca ormai calcificate sulle maniche, abrasioni sui gomiti, il colletto consumato da migliaia di ore di sudore e fatica. Non è un capo invecchiato artificialmente in una fabbrica del fast fashion: è una giacca da carpentiere americano degli anni Novanta, un pezzo di autentico workwear sopravvissuto al tempo e all'oceano. A far scorrere le mani su questo e su migliaia di altri capi è **Andrea Maffei**, fondatore di **Velvet for Philosophers** e della neonata piattaforma **Unsane Practice**. Mentre tocca i tessuti, ne valuta il peso e la trama, emerge chiaramente il senso di una missione che va ben oltre la semplice vendita di vestiti. **Oggi il mercato dell'usato vive un paradosso: è ovunque, ma ha perso la sua anima.**

“Sono molto stanco della parola vintage”, ammette Maffei senza mezzi termini. “La trovo una parola logo, un termine ombrello letteralmente abusato che ormai non descrive assolutamente nulla. **È diventato tutto marketing, esattamente come la parola sostenibilità.** E se la sostenibilità non vale più niente, il miglior modo per metterla in pratica è vendere vestiti che meritano di essere sottratti all’oblio. Ma venderli per davvero, non parlarne a vuoto”.

Il lungo viaggio dei vestiti: da Ercolano all’Africa

Ma da dove arrivano i capi che oggi riempiono i mercati e le boutique dell’usato? La filiera del second-hand è una geografia complessa e per certi versi spietata, che Maffei conosce alla perfezione e che affonda le sue radici nell’Italia del secondo dopoguerra: **“Tutto nacque tra Caserta ed Ercolano, con la vendita delle divise dei militari americani,”** spiega Maffei, contestualizzando storicamente il fenomeno. In quegli anni, la seta dei paracadute veniva riadattata dalle donne italiane per confezionare abiti da sposa. Nacque così il mercato di Resina a Ercolano e, parallelamente, il distretto di Montemurlo a Prato. “Erano le due grandi dogane. A Prato arrivava l’abbigliamento dal Nord Europa, i grandi filati di lana. A Ercolano arrivavano i capi dagli Stati Uniti. Lì sono cresciute imprese che oggi sono vere e proprie multinazionali dello smistamento”.

Oggi, il ciclo di vita di un abito è globale e vorticoso. **Un maglione scartato in Germania può finire** in complessi centri di smistamento **a Capua**, per poi essere dirottato su enormi nastri trasportatori in **Ungheria**, specializzati nella selezione del pellame. Ma il destino della stragrande maggioranza della moda globale è un altro: “L’Africa,” sottolinea Maffei. **“Tutto ruota attorno all’Africa,** che assorbe il nostro usato a prezzi bassissimi. **Quello che noi chiamiamo ‘vintage di qualità’ è solo una piccolissima parte sottratta a quell’enorme flusso.** Il resto è definito ‘indumento’, e finisce nei mercati globali”. È in questo snodo cruciale che interviene il lavoro di ricerca e recupero: intercettare ciò che ha ancora una storia da raccontare prima che diventi mero scarto.

Il workwear e l’abito come linguaggio perduto

Passeggiando tra le selezioni curate da Maffei, l’occhio cade inevitabilmente sulla sezione americana: **Carhartt, Dickies, Levi’s.** Tele spesse, canvas indistruttibili. Non sono solo vestiti, ma archivi di un’epoca: **“Questa giacca da carpentiere racconta una storia irriproducibile,”** spiega Maffei sfiorando il cotone abraso. “Il rapporto con la materia qui è diverso. Una volta la moda assolveva a un ruolo preciso, era un linguaggio che codificava il nostro sentire. Se aspiravi a uno status borghese, avevi bisogno del cavallino di Ralph Lauren o di un blazer di sartoria. Ad oggi la moda ha perso quella voce, le persone si sentono tradite dal sistema”. L’obiettivo di Maffei è ricostruire dei luoghi fisici dove questo dialogo possa riprendere. Non si entra nei suoi spazi per fare shopping compulsivo in dieci minuti: “Le persone stanno qui due o tre ore. Si guardano le relle, pesano i tessuti, ritrovano un rapporto neurocognitivo e tattile con l’acquisto. **Esplorano la fattura di un capo per ricostruire un’identità,** magari attingendo all’immaginario della Detroit di fine anni Novanta o dello street style di New York e Los Angeles”.

Unsane Vintage Kilo: il debutto a Milano e Roma

Nasce da questa urgenza **Unsane Vintage Kilo**, un progetto che rovescia lo stigma legato alla **vendita “al chilo”**, storicamente associata a merce di bassa lega ammassata alla rinfusa. **Dal 10 al 12 aprile**, il format approda a **Milano**, trasformando il **Moscova District Market** in un archivio temporaneo di altissima selezione, e contemporaneamente **a Roma, alla Rinascente di via del Tritone**. Dopo aver toccato città come Ancona, Modena, Perugia e Pescara, il format continua il suo tour italiano. Il principio di Unsane è drastico ma efficace: prima si seleziona maniacalmente, poi si pesa. Il consumatore troverà capi di Gucci, Armani, Fendi, Max Mara o Barbour mescolati all’heritage americano, divisi in tre fasce di prezzo al chilogrammo. **Dalle Lost Gems (30€/kg) per i pezzi più imprevedibili**, al **Vintage Core (45€/kg) per i capi quotidiani di altissima fattura**, fino al **First Cut (60€/kg) e alle selezioni Heritage a 90€/kg**. C’è davvero di tutto: dalle tute di Adidas alle maglie americane da basket, dai Barbour ai trench di Burberry, da jeans Levi’s di tutte le taglie a capi di Armani, Moschino, Versace e Missoni, solo per fare degli esempi. “Dobbiamo riposizionare il concetto di vendita al chilo, dimostrando che può essere sinonimo di qualità democratica,” conclude Maffei. “Con l’inflazione e i prezzi esagerati nei negozi, che spesso non riflettono il reale valore dei tessuti, c’è una bolla speculativa enorme. Se tutto torna in circolo senza filtro, niente ha più valore. Scegliere, e non accumulare, è l’unica via”.

Vademecum per un acquisto consapevole: la guida

Come si riconosce il vero vintage in un mare di abiti usati? Il fondatore di Velvet for Philosophers ha stilato una serie di regole d’oro per imparare a comprare con gli occhi, con le mani e con la mente.

- **Non cercare, lasciati trovare.** Il primo errore è entrare in un negozio con un’idea troppo rigida. Nel vintage, il capo giusto non è quello che stavi cercando, ma quello che ti cattura all’improvviso. Se devi convincerti a comprarlo, lascialo sulla stampella.
- **L’etichetta mente, la struttura no.** Il nome del brand è secondario. Un capo senza logo, ma con spalle ben costruite, tessuti di pregio e cuciture solide, vale infinitamente di più di un capo firmato ma di qualità mediocre.
- **L’usura è un certificato di autenticità.** La perfezione, nel vintage, è sospetta. I piccoli segni del tempo, le scoloriture leggere e l’usura naturale non sono difetti, ma i capitoli della storia di quel tessuto.
- **Dimentica la tua taglia.** Le taglie del passato non corrispondono ai parametri contemporanei. Prova sempre una taglia in più o una in meno, sperimenta capi lontani dalla tua comfort zone. Spesso le rivelazioni nascono dall’inaspettato.
- **Il fattore tempo.** Chi ha fretta compra male. Il vintage richiede pazienza: guarda tutto, torna sui tuoi passi, rivedi i capi. Il tempo dedicato alla ricerca fa parte dell’acquisto.
- **La regola del tre.** Se non riesci a immaginare almeno tre abbinamenti diversi per inserire quel capo nel tuo guardaroba quotidiano, probabilmente non fa per te. Il vintage ha senso solo se viene vissuto tutti i giorni, non se resta chiuso in un armadio come pezzo da museo.
- **Compra con le dita.** Non limitarti a guardare. La lana vera, il cotone pesante, il denim crudo comunicano il loro valore attraverso il tatto molto più di quanto possa fare un’etichetta sbiadita.
- **Non farti ingannare dal prezzo.** Il rischio psicologico del “kilo sale” è pensare: “Tanto costa poco, lo prendo comunque”. È l’errore che riporta al consumismo fast fashion. Compra ogni capo come se fosse costosissimo: solo così sceglierai davvero bene.
- **Esercita lo sguardo.** Il vintage è educazione visiva. Più capi osservi, più diventi abile nel riconoscere le proporzioni corrette, i tagli storici e i materiali nobili. All’inizio sembra difficile, poi l’occhio si allena.
- **L’arte della rinuncia.** Non sei obbligato a comprare tutto ciò che ti piace. Il vintage non finisce oggi. Saper lasciare un capo sulla rella significa aver compreso che comprare vintage non vuol dire semplicemente trovare qualcosa, ma saperlo riconoscere.