

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

MASTER IN LUXURY SECOND HAND

FASI DEL CORSO

Studio propedeutico individuale (piattaforme e-learning + testi)
· Fase d'aula: 64 ore online
·Project Work individuale: Sviluppo del progetto dedicato ad un evento, app, vendita, strategia commerciale di second-hand.

MAX 25 PARTECIPANTI

Realizzazione video CV
Rielaborazione e aggiornamento del CV per la divulgazione presso le aziende del settore a livello regionale o nazionale

ATTESTATI

- Attestato di Frequenza fase d' aula
- Attestato di Project Work





PECULIARITÁ DEL CORSO

La vendita dell'usato di lusso è il futuro.
ELLE

Inizialmente, i brand erano restii ad abbracciare il fenomeno, anzi non lo vedevano proprio di buon occhio per paura che la vendita second hand costituisse una forma di concorrenza dannosa, non solo perché rischiava di minare i profitti, ma anche perché temuta di incoraggiare la contraffazione nonché di comportare una svalutazione del marchio in termini di prestigio, percezione e status. Insomma, fino a qualche anno fa, per le maison la rivendita era un nemico da cui guardarsi. E soprattutto dopo il lockdown che hanno contribuito all'incremento delle opere di decluttering, negli ultimi anni l'ascesa del resale si è dimostrata stata esponenziale e inarrestabile.

Se si pensa che Vestiaire Collective ha avuto origine solo nel 2009 e oggi vale circa 40 miliardi – che si stima raddoppino entro il 2025 – possiamo iniziare a farci un'idea del potenziale dei canali di rivendita, che secondo analisi accurate oggi registrano una crescita quattro volte più rapida rispetto al mercato primario. Anche i grandi centri commerciali di lusso, come Selfridges nel Regno Unito e La Rinascente in Italia, hanno iniziato ad adibire degli spazi per la rivendita del designer vintage.

È solo naturale quindi che le maison abbiano deciso di saltare sul treno in corsa piuttosto che restarne schiacciate: anziché perdere una fetta di clienti o potenziali tali davanti a store multibrand e piattaforme di rivendita online, meglio cercare di riassumere il controllo e generare profitto da un fenomeno comunque inevitabile.

PERCORSO FORMATIVO

Il futuro dei beni di lusso, soprattutto nel campo della moda, è sempre più intrecciato col vintage e con i prodotti *second hand*, all'insegna della circolarità e della sostenibilità. Scopriamo le ultime tendenze in fatto di moda circolare e capi di seconda mano nell'ambito del lusso.

L'usato, o second hand se preferite, è destinato dunque a diventare protagonista nel campo della moda di lusso. Questo trend è confermato da diversi progetti a livello globale da parte di celebri brand di lusso, come i progetti Gucci Vault, il portale di Alessandro Michele per la vendita di articoli di seconda mano e Valentino Vintage, ma anche dal crescente numero di piattaforme online dedicate al mercato di seconda mano. Come quello in collaborazione tra Moda Operandi e Rebag, che mette a disposizione una collezione di borse di lusso (compresi modelli di Hermès e Louis Vuitton), argomento che affrontiamo in un altro articolo. Ma i progetti e le piattaforme esistenti dedicati alla moda di lusso second hand sono ormai moltissime e sempre in crescita, in un'ottica del mercato del lusso sempre più indirizzato verso la sostenibilità e, allo stesso tempo, deciso a sfruttare questo trend di acquisto da parte dei consumatori.

PROGRAMMA

Prima Parte

- Perchè scegliere articoli pre-loved di lusso.
- Quali sono i brand che hanno più mercato nel mondo del second hand.
- Perchè alcuni articoli vintage acquisiscono più valore nel tempo
- L'importanza della figura di un consulente buyer nel momento di acquisto e/o vendita
- Acquistare da piattaforme o profili professionali/ esperti (focus Vestiaire Collective e altri rivenditori)
- Linee guida su come riconoscere un prodotto FAKE
- I venditori non devono speculare
- Primo acquisto pre-loved, su cosa investire.

Seconda Parte

- Differenziazione tra Vintage e 2nd Hand
- Importanza del Vintage e l'impatto sostenibile che ha
- Importanza del 2nd Hand e l'impatto sostenibile che ha
- Importanza della sartorialità e dell'artigianato italiano (Italian Craftmanship Heritage) – importanza del Made in Italy
- Distinzione tra Sellers specializzati e app di rivendita (Vinted/Depop/Vestiaire ecc.) collegato al discorso del processo che si cela dietro uno shop vintage specializzato (ricerca, rinnovo dei capi/accessori, step vari per arrivare al consumatore finale)
- Differenziazione di approccio nell'acquistare vintage/2nd hand dall'approccio all'acquisto di nuova merce/Fast Fashion
- Differenziazione dei prezzi nel Vintage dai prezzi del 2nd hand
- il Vintage NON è una tendenza e motivi per cui non potrà mai esserlo
- Remake/rework/riadattazione di capi vintage/2nd hand per allungarne il loro ciclo vitale e dare loro nuova linfa / processo creativo e brand che hanno fatto di questo la loro identità.

Terza Parte

- Mercato Sneakers Second Hand
- Rolex Affair: il second hand degli orologi – piattaforme da conoscere
- Abiti Seconda Mano: come e dove creare il proprio business partendo dal proprio armadio
- Sostenibilità e Moda di Seconda Mano
- Marketing e Pubblicità nel mondo dell'usato: dal negozio all'ecommerce.

Seminario Casi Studio

Informazioni aggiornate al 04/27/2023

Documento generato in data 07/07/2023 le informazioni aggiornate sul percorso formativo sono disponibili online a questo link: https://www.italiandesigninstitute.com/master-in-luxury-second-hand/

www.italiandesigninstitute.com
SEDE LEGALE:

SVILUPPO EUROPA SRL

Via A. Albricci, 9 – 20122 Milano – P.iva 10282190965
Tel. 02 87360638 – N. Verde 800 136 0588 – Fax 02 87360069