

ALTERVERSO

Come iniziare il reselling

La guida pratica per trasformare l'abbigliamento di seconda mano
in un reddito reale.

Prima di tutto: cosa stai per leggere

Questa guida non promette guadagni facili e non ti dirà che puoi fare mille euro al mese dalla prima settimana. Ti dice invece come funziona davvero il reselling di abbigliamento: quanto serve per partire, cosa si vende e cosa resta in magazzino, come si prezza, come si fotografa, come si spedisce e quali sono gli errori che fanno smettere la maggior parte delle persone nei primi tre mesi.

È scritta da chi seleziona capi usati ogni giorno. Non è teoria: sono le cose che avremmo voluto sapere all'inizio.

Leggila una volta tutta, poi tienila aperta sul capitolo che ti serve.

1. Il mercato in due minuti

Il second hand non è più una nicchia. È diventato il modo normale in cui una fascia enorme di persone compra vestiti, per tre motivi che si rinforzano a vicenda: costa meno, ha un impatto ambientale minore e permette di trovare capi che non esistono più nei negozi.

Per te che rivendi questo significa due cose concrete. La prima è che la domanda c'è e non dipende dalla tua bravura nel convincere qualcuno: le persone cercano già quello che vendi. La seconda è che la concorrenza è alta, quindi non vince chi ha più pezzi, ma chi li presenta meglio e li prezza giusto.

Il reselling è un lavoro di selezione e di presentazione, non di accumulo.

2. Quanto serve davvero per iniziare

Puoi partire con meno di quanto pensi, ma devi partire con numeri chiari.

Il budget minimo realistico è intorno ai 50-100 euro di merce. Con questa cifra compri un lotto piccolo o una box da rivendita e ottieni abbastanza pezzi per capire come funziona il ciclo completo: acquisto, foto, pubblicazione, vendita, spedizione. È una cifra che puoi perdere senza danni se scopri che non è per te.

Oltre alla merce ti servono poche cose, quasi tutte già in casa: uno smartphone con una fotocamera decente, una parete chiara o un lenzuolo bianco, un appendino, una bilancia da cucina per pesare i pacchi, buste per spedizione (si trovano a pochi centesimi l'una in pacchi da cento) e un metro da sartoria. Totale: una ventina di euro.

Non comprare: softbox professionali, manichini, stampanti per etichette, software di gestione. Serviranno forse al centesimo ordine, non al primo. Ogni euro speso in attrezzatura è un euro non speso in merce, e la merce è la sola cosa che genera ricavi.

La regola del reinvestimento. Per i primi tre mesi rimetti tutto quello che incassi in nuova merce. Non prelevare niente. È l'unico modo per passare da dieci pezzi a cento senza mettere soldi tuoi: il magazzino cresce da solo se

non lo svuoti.

3. Cosa si vende e cosa resta fermo

Questa è la parte in cui si perdono più soldi, perché si compra con il proprio gusto invece che con la domanda.

Girano bene: felpe e giacche di marca riconoscibile, capi sportivi anni Novanta e Duemila, denim (soprattutto modelli e tagli identificabili), capispalla invernali, streetwear, sneakers in buone condizioni, capi di marche che hanno una community attiva.

Girano lentamente: abbigliamento formale da uomo, capi estivi fuori stagione, taglie molto piccole o molto grandi in categorie generiche, fast fashion senza marca, accessori generici.

Il fattore che conta più della marca è la riconoscibilità. Un capo che qualcuno sta già cercando per nome si vende in giorni. Un capo anonimo bellissimo si vende in mesi. Quando valuti un pezzo chiediti: esiste una parola che una persona digita nella barra di ricerca per trovare esattamente questo? Se la risposta è no, prezzalo basso e non comprarne altri simili.

La stagionalità è reale e brutale. I cappotti si vendono da settembre a gennaio. Comprali a marzo, quando costano poco, e tienili. Ma tienili solo se hai spazio e liquidità: un capo invernale comprato a giugno è denaro congelato per quattro mesi.

4. Dove vendere

Nessuna piattaforma è la migliore in assoluto. Ognuna ha un pubblico e delle regole diverse.

Vinted è il punto di partenza naturale in Italia per l'abbigliamento. Pubblicare è gratis, il pubblico è vastissimo e abituato all'usato, l'acquirente paga la protezione e la spedizione. Lo svantaggio è la pressione sul prezzo: molti utenti negoziano sempre, e il valore medio dello scontrino è basso. È il posto giusto per volume e rotazione.

Depop premia l'estetica e lo stile. Funziona se costruisci un profilo riconoscibile e vendi a un pubblico più giovane e orientato al vintage. I prezzi medi possono essere più alti, ma devi curare l'immagine del negozio come fosse un brand.

eBay resta la piattaforma migliore per capi da collezione, pezzi rari, sportswear d'epoca e per vendere all'estero. Il pubblico internazionale paga di più per i pezzi giusti. In cambio richiede descrizioni precise e una gestione più seria delle spedizioni.

Instagram non è un marketplace ma è il canale con il margine più alto, perché non paghi commissioni e vendi direttamente. Funziona solo dopo che hai costruito un minimo di seguito e fiducia. Non iniziare da qui, ma inizia subito a documentare: ogni pezzo che fotografi per vendere è anche contenuto.

Mercatini e mercati fisici servono per liquidare in blocco quello che online non si muove. Perdi margine ma recuperi liquidità e spazio, e la liquidità è più utile di un capo invenduto.

Il consiglio operativo: parti da una sola piattaforma e impara a venderci bene. Due profili gestiti male producono meno di uno gestito bene. Aggiungi la seconda piattaforma quando la prima ti sta stretta.

5. Come riconoscere un capo che vale

Impara a fare un controllo rapido sempre nello stesso ordine. Dopo cinquanta pezzi lo farai in dieci secondi.

Etichetta interna. Marca, composizione, paese di produzione, taglia. Le etichette cambiano nel tempo: imparare a leggerle è il modo in cui si datano i capi, ed è anche il primo filtro contro i falsi.

Cuciture. Regolari, dritte, senza fili che pendono. Cuciture irregolari o filati di colore diverso dal capo sono un segnale da controllare meglio.

Zip e bottoni. Prova ogni zip per tutta la sua corsa. Una zip bloccata trasforma un capo vendibile in un capo da riparare. I bottoni devono essere tutti presenti e cuciti saldamente.

Tessuto in controluce. Mettilo davanti a una finestra: buchi, assottigliamenti e aloni invisibili alla luce normale si vedono subito.

Pilling e scolorimento. Controlla ascelle, colletto, polsini, interno coscia e fondo delle maniche. Sono i punti che si consumano per primi.

Odore. Un capo che odora di fumo, umidità o chiuso va lavato e riprovato. Se l'odore resta dopo il lavaggio, non venderlo: è la causa numero uno delle recensioni negative.

Autenticità. Logo, font, qualità della stampa, etichette interne, cuciture. Se qualcosa non ti torna e non riesci a verificarlo, non venderlo come originale. Vendere un falso, anche in buona fede, significa account chiuso e soldi persi.

6. Dichiarare le condizioni: la cosa che ti salva

I resi e le contestazioni nascono quasi sempre dalla stessa cosa: l'acquirente ha visto qualcosa che non si aspettava.

La soluzione è banale e funziona sempre: **dichiara ogni difetto e fotografalo da vicino.** Non perdi vendite. Perdi gli acquirenti che ti avrebbero aperto una contestazione, che sono esattamente quelli che non vuoi.

Una scala pratica che puoi usare nei tuoi annunci:

Come nuovo — nessun segno di usura, eventualmente ancora con cartellino. **Eccellenti condizioni** — usato ma senza difetti rilevanti, pronto da indossare. **Buone condizioni con difetti dichiarati** — uno o più difetti elencati e mostrati in foto. **Da riparare o per upcycling** — venduto esplicitamente come materiale da intervento, a prezzo coerente.

Scrivi sempre la condizione nelle prime righe della descrizione, non in fondo. Chi legge si ferma dopo tre righe.

7. Prezzare

Il prezzo non si decide a sentimento. Si decide guardando cosa è stato effettivamente venduto, non cosa è in vendita.

Il metodo: cerca il tuo capo sulla piattaforma dove lo vendi, filtra per articoli già venduti, scarta il prezzo più alto e il più basso, e guarda la fascia centrale. Quello è il tuo mercato reale. Gli annunci attivi a prezzi altissimi sono invenduti, non riferimenti.

Il margine da tenere in mente. Il tuo costo non è solo il prezzo d'acquisto: è il prezzo d'acquisto più le commissioni, più la busta, più il tempo che hai speso a fotografare e pubblicare. Una regola prudente è vendere a un prezzo che sia almeno due volte e mezzo il costo d'acquisto del singolo pezzo. Sotto a quella soglia stai lavorando gratis.

Pubblica leggermente sopra. Su piattaforme dove si negozia, metti un prezzo del dieci o quindici per cento più alto di quello che accetteresti. Ti dà spazio per fare uno sconto che chiude la vendita.

La regola dei trenta giorni. Se un pezzo non riceve nessun interesse in un mese, il problema è il prezzo o sono le foto. Rifallo: nuove foto, nuovo titolo, prezzo abbassato. Se dopo un secondo mese è ancora fermo, liquidalo in blocco. Il capo fermo non è un patrimonio, è spazio e liquidità bloccati.

8. Foto che vendono

Le foto valgono più della descrizione, del prezzo e della marca. Sono la prima e spesso unica cosa che una persona guarda.

Luce naturale, sempre. Mettiti davanti a una finestra, di giorno, con la luce che arriva di lato. Niente flash, niente luce artificiale gialla. La luce sbagliata falsa i colori e i colori falsati generano resi.

Fondo neutro e costante. Una parete bianca o un lenzuolo. Usa sempre lo stesso: un profilo con foto omogenee sembra un negozio, uno con fondi diversi sembra uno svuota-armadio.

Il set minimo di scatti per ogni capo: fronte intero, retro intero, etichetta della marca, etichetta della composizione e taglia, un dettaglio del tessuto da vicino, e una foto per ogni difetto.

Capo stirato e appeso. Dieci secondi di ferro da stiro alzano il prezzo percepito più di qualsiasi filtro. Appeso o steso piatto e ben disteso, mai accartocciato sul letto.

Non ritoccare i colori. Taglia, raddrizza, schiarisci leggermente se serve. Non saturare. La foto deve corrispondere a quello che arriva nel pacco.

9. Scrivere l'annuncio

Il titolo è una query di ricerca, non una frase. Scrivi come cerca la gente: marca, tipo di capo, modello se riconoscibile, colore, taglia. "Nike felpa girocollo grigia vintage taglia L" funziona. "Bellissima felpa super comoda" non viene trovata da nessuno.

La descrizione, in ordine: condizione e difetti; misure reali prese con il metro (spalle, petto, lunghezza, maniche — le taglie sulle etichette non significano niente tra marche e decenni diversi); composizione del tessuto; tempi di spedizione.

Scrivi corto. Niente emoji a raffica, niente maiuscole urlate, niente "scrivimi in privato per info" quando l'informazione puoi semplicemente scriverla.

10. Spedizione e imballaggio

La spedizione è il momento in cui l'acquirente decide se lascerà una recensione buona.

Pesa e misura il pacco prima di pubblicare, così scegli la fascia di spedizione giusta e non ci rimetti. Usa buste imbottite o buste in plastica resistente, e proteggi dall'acqua: una busta di carta sotto la pioggia rovina il capo e la vendita.

Spedisci entro ventiquattro o quarantotto ore. La velocità è una delle poche cose su cui puoi battere i venditori più grandi senza spendere niente.

Metti dentro un biglietto scritto a mano con un grazie. Costa zero e genera una parte sproporzionata delle recensioni a cinque stelle e dei clienti che tornano.

11. I numeri da guardare

Tieni un foglio di calcolo, anche elementare. Per ogni pezzo: data di acquisto, costo, piattaforma, prezzo di vendita, commissioni, data di vendita.

Da quelle colonne escono i tre numeri che contano.

Il margine medio per pezzo ti dice se il tuo modo di comprare funziona. **I giorni medi di giacenza** ti dicono se stai comprando le cose giuste: oltre i sessanta giorni medi, stai accumulando invece di vendere. **La percentuale di invenduto** ti dice quanto sbagli in fase di acquisto; se un pezzo su tre resta fermo, il problema è a monte, non nelle foto.

Senza questi numeri non sai se stai guadagnando. Molti venditori con il magazzino pieno sono in perdita e non lo sanno.

12. Il lato fiscale, in breve

Questa è una guida pratica e non sostituisce il parere di un commercialista: le soglie e le regole cambiano e la tua situazione personale conta. Però due concetti devi averli chiari da subito.

Vendere occasionalmente oggetti usati tuoi è una cosa. Comprare merce con lo scopo di rivenderla con continuità è un'altra, ed è attività commerciale: quando il reselling diventa sistematico e continuativo, richiede l'apertura di una posizione fiscale.

In più, le piattaforme di vendita online in Europa comunicano alle autorità fiscali i dati dei venditori che superano determinate soglie di operazioni o di incassi annui. Non è una cosa che puoi scoprire a posteriori: è automatica.

Il consiglio pratico: tieni traccia di tutto dal primo giorno, conserva le prove d'acquisto della merce, e quando il volume inizia a crescere parla con un commercialista prima di arrivarci, non dopo. Costa poco e ti evita l'unico tipo di problema che può azzerare mesi di lavoro.

13. I cinque errori che fermano quasi tutti

Comprare con il proprio gusto. Stai comprando per rivendere, non per vestirti. Il capo che ami e che nessuno cerca è una perdita.

Prezzare sulla speranza. Il prezzo giusto è quello a cui si vende, non quello che vorresti.

Accumulare. Cento pezzi fermi valgono meno di venti pezzi che girano. La rotazione è tutto.

Fotografare male per fretta. Dieci minuti in più per capo sono la differenza tra vendere in una settimana e vendere in tre mesi.

Smettere al primo mese piatto. I primi trenta giorni servono a costruire inserzioni, recensioni e visibilità. Chi arriva al terzo mese vende, in media, molto più del triplo di chi è al primo. Non perché sia migliorato: perché esiste.

14. Il tuo piano per i primi trenta giorni

Settimana 1. Scegli una sola piattaforma e apri il profilo con nome, foto e descrizione curati. Prepara l'angolo foto. Compra il tuo primo lotto o la tua prima box, con un budget che puoi perdere.

Settimana 2. Controlla, lava, stira e fotografa ogni pezzo. Pubblica tutto, con misure reali e difetti dichiarati. Non fermarti ai primi cinque annunci: pubblica l'intero lotto.

Settimana 3. Gestisci le prime richieste e le prime vendite. Spedisci entro quarantotto ore, con il biglietto dentro. Annota ogni numero nel foglio di calcolo.

Settimana 4. Guarda i dati. Cosa si è venduto subito, cosa è fermo, a che prezzo. Riprezza e rifotografa gli invenduti. Reinvesti tutto l'incassato in un secondo lotto, comprando più di quello che ha girato e meno di quello che è rimasto.

Poi ripeti. Il reselling è questo ciclo, ripetuto meglio ogni volta.

15. Come usare una Resell Box per partire

Comprare un lotto al buio ha un vantaggio preciso quando inizi: ti dà in una volta sola abbastanza pezzi per imparare il ciclo completo, a un costo per capo molto più basso dell'acquisto singolo, senza dover passare mesi nei mercatini a cercare.

Le nostre box sono selezionate a mano capo per capo. Tutte contengono capi **Grade A e A+ misti** — eccellenti condizioni e come nuovo — tranne la **Mix Grade B**, che contiene capi con difetti dichiarati per chi fa upcycling o vende a prezzo basso. Il numero di pezzi è garantito e dichiarato prima dell'acquisto, e la spedizione è in uno a tre giorni lavorativi.

Il modo giusto di usarne una: prendi la box più piccola, lavorala tutta fino alla vendita, misura i tuoi numeri reali, e solo dopo decidi se salire di taglia o se specializzarti su una categoria.

16. Il problema che nessuno ti racconta: rifornirsi ogni mese

Arrivati a questo punto conosci il ciclo. Compri, selezioni, fotografi, pubblichi, spedisce. Quello che scoprirai al secondo o terzo mese è che la parte difficile non è vendere: è **tornare a comprare, con continuità, senza perderti giornate intere.**

Chi fa reselling in proprio si trova davanti a tre strade, e tutte e tre hanno un costo. I mercatini e i mercati dell'usato significano alzarsi presto, girare per ore e tornare a casa alcune volte con niente: il tempo speso non entra mai nel calcolo del margine, ma è la voce di costo più alta che hai. I grossisti a peso vendono a prezzi bassissimi, ma con minimi d'ordine da centinaia di chili, tempi di consegna di settimane e nessuna selezione:

paghi poco al chilo e poi scopri che metà del lotto non è vendibile, quindi il prezzo reale per pezzo buono è molto più alto di quello che sembrava. Comprare pezzo per pezzo online, infine, ti dà il controllo totale ma margini sottilissimi, perché stai comprando allo stesso prezzo a cui gli altri rivendono.

Il risultato è quasi sempre lo stesso: il magazzino si svuota, tu non hai tempo per rifornirlo, gli annunci finiscono, la visibilità sulla piattaforma cala e il mese dopo vendi meno — non perché tu abbia fatto qualcosa di sbagliato, ma perché ti sei fermato.

La continuità è il vero moltiplicatore del reselling. Un negozio che pubblica qualcosa di nuovo ogni settimana viene mostrato molto più spesso di uno che pubblica a blocchi ogni due mesi. Gli algoritmi di tutte le piattaforme premiano chi è attivo, e i clienti che ti hanno già comprato tornano solo se trovano roba nuova.

17. Il Club Alterverso

Il Club nasce esattamente per risolvere questo problema: ti arriva una selezione di capi con regolarità, senza che tu debba cercarla ogni volta.

Cosa ti toglie dalle spalle. Non devi più passare i weekend a cercare merce, non devi trattare con fornitori diversi ogni mese, non devi ordinare centinaia di chili per accedere a un prezzo decente. La selezione la facciamo noi, a mano, capo per capo, con lo stesso standard di grading che usiamo per le box: Grade A e A+, controllati prima di partire.

Cosa ti dà in più. Un costo prevedibile, che è la condizione per poter pianificare i margini invece di improvvisarli: sai quanto spendi e ogni quanto, quindi puoi calcolare in anticipo quanti pezzi devi vendere e a che prezzo medio per chiudere il mese in utile. Una rotazione costante, che tiene il tuo negozio sempre pieno di annunci freschi e quindi visibile. E l'accesso prioritario alla selezione: i pezzi migliori che passano dal nostro magazzino vanno prima a chi è nel Club.

Per chi ha senso e per chi no. Se stai ancora capendo se il reselling fa per te, parti da una box singola: lavorala tutta, misura i tuoi numeri, poi decidi. Il Club ha senso nel momento esatto in cui scopri di vendere più velocemente di quanto riesci a rifornirti — ed è il momento in cui la maggior parte delle persone si blocca. Se arrivi lì, non è un problema di vendite: è un problema di approvvigionamento, e il Club è la risposta.

Condizioni, formule e prezzi aggiornati li trovi sulla pagina del Club su **alterverso.com**.

Un'ultima cosa

Quasi nessuno smette perché il reselling non funziona. Si smette perché i primi trenta giorni sono lenti e sembra che non stia succedendo niente. Sta succedendo: ogni annuncio pubblicato, ogni recensione, ogni pezzo fotografato bene è visibilità che resta e che lavora per te anche quando tu non ci sei.

Fai il primo ciclo completo fino in fondo. Poi fallo di nuovo.

