

La sostenibilità

Rivoluzione “seconda mano” la moda impara a risparmiare

IRENE MARIA SCALISE

Sempre più aziende del fashion puntano su riciclo e riutilizzo dei capi riducendo il danno ambientale

Una ricerca della **Columbia Threadneedle Investments** illustra i casi virtuosi e le nuove normative internazionali

C' è un argomento in grado di far rizzare le trecce a Greta Thunberg più di altri ed è quello degli sprechi della moda. Ma a sorpresa fashion e ambientalisti potrebbero trovare un'alleanza in favore del pianeta. Ogni anno si vendono circa 100 miliardi di articoli di abbigliamento, pari al 50 per cento in più rispetto al 2006? L'universo fashion emette più CO₂ dell'industria aeronautica e di quella navale messe insieme, e usa 79 miliardi di metri cubi di acqua dolce all'anno? Per non parlare della produzione delle materie prime e dei tessuti: secondo la Ellen MacArthur Foundation, l'industria mondiale della moda produce circa 53 milioni di tonnellate di fibre all'anno, di cui più del 70% finisce per diventare rifiuto e meno dell'1% viene riutilizzato per produrre nuovi capi d'abbigliamento?

Nulla è perduto. Molte case di moda hanno deciso di muoversi. A dare la buona notizia è una ricerca di **Columbia Threadneedle Investments**, la commenta Andrea Carzana, gestore azionario europeo. L'abbigliamento di seconda mano, che di gran lunga piace di più agli ambientalisti, potrà sorpassare il *fast fashion* grazie alle stesse maison che lanciano una loro “costola” dedicata al riciclo e all'abbigliamento di seconda mano. Zalando, Cos, H&M, Vinted, Gucci (con lo store Vault), sono solo alcuni esempi del nuovo mantra che recita “abiti belli sì, ma non nuovi».

Spiega Carzana: «Bisogna distingue-

re due fondamentali driver che sono quello relativo al “riciclo” dei tessuti, con conseguente recupero delle materie prime e che dipende soprattutto dalla buona volontà del consumatore, quindi quello del “riutilizzo” che si verifica quando le aziende si attivano per allungare l'esistenza degli indumenti. In molti casi però le aziende si muovono praticamente in questa seconda direzione solo quando sono i clienti a richiederlo». Tra gli esempi virtuosi c'è il caso Zalando: l'azienda si è prefissata di allungare la vita utile di almeno 50 milioni di prodotti e generare il 25% del volume lordo di merce da prodotti più sostenibili entro il 2023, in rialzo rispetto al 16% del 2020 - aggiunge Carzana - La società ha poi introdotto un sistema basato su categorie e filtri per individuare i prodotti più sostenibili sulla sua piattaforma, permettendo ai consumatori di selezionare articoli dei brand attenti a temi quali materiali ecosostenibili, salvaguardia delle risorse idriche e benessere dei lavoratori». Ma soprattutto con l'iniziativa “Pre-Owned” Zalando offre al pubblico la possibilità di acquistare e vendere capi di seconda mano.

Funziona così: «Il cliente fa una foto di un capo usato, Zalando realizza una valutazione, quindi acquista gli indumenti, in pratica li “rigenera” e li rimette sul mercato con un vantaggio notevole anche dal punto di vista dei profitti, basti pensare che Zalando ha un ritor-

no finanziario elevato in alcuni casi rivendendo il prodotto usato acquistato a quattro volte tanto».

Ancora: «Il colosso H&M ha acquistato una partecipazione del 70% in Sellpy7 - racconta Carzana - piattaforma dell'usato orientata alla sostenibilità, e intende espandersi su 20 nuovi mercati nell'ambito di una forte spinta internazionale. COS, controllata di H&M, ha lanciato una piattaforma di rivendita digitale chiamata Resell8, che consentirà la rivendita da consumatore a consumatore di articoli COS». C'è poi il caso della società di e-commerce Etsy che ha sborsato 1,6 miliardi di dollari per Depop6, app britannica focalizzata

79

MILIARDI

I metri cubi di acqua dolce necessari alla moda ogni anno per la produzione

53

MILIONI

Le tonnellate di fibre che sono prodotte dall'industria fashion annualmente

1 Vault è il concept store online di Gucci, ideato dal direttore creativo Alessandro Michele su capi vintage e usati



sull'abbigliamento di seconda mano, il cui bacino di utenti è composto per il 90% da giovani con meno di 26 anni o quello di Vinted, piattaforma europea di rivendita di indumenti online, che ha raccolto 250 milioni di euro nel suo ultimo round di investimento e attualmente ha una valutazione pari a 3,5 miliardi di euro».

Talvolta sono gli stessi marchi a sollecitare l'allungamento della vita di un capo, tenendo conto che estenderne l'esistenza anche solo di sette mesi con-

L'opinione



“Textiles 2030” fa leva sulle conoscenze dei leader della sostenibilità nel Regno Unito per supportare l'industria della moda e quella dei tessuti. Verrà chiesto ai brand e ai rivenditori di contribuire a finanziare il riciclo degli articoli

sente di ridurre il suo impatto ambientale dal 20 al 30%. Adidas e Nike hanno nei loro store un angolo dove è possibile lasciare le sneakers che vengono poi recuperate o, sempre Nike, ha dato il via all'iniziativa pilota Nike Refurbished, incentrata sulla rivendita: «Si tratta dell'esempio di una società che ha deciso di entrare direttamente nel mercato della vendita di articoli usati, con potenziali implicazioni sulle vendite delle sue calzature nuove nonché sulle piattaforme di rivendita di terzi».

Naturalmente non bastano le buone intenzioni: ci vogliono le regole. Il Regno Unito e l'Ue stanno lavorando per mettere sul tavolo obiettivi vincolanti per il 2030 e il 2050. Spiega la ricerca: “Textiles 2030” fa leva sulle conoscenze dei leader della sostenibilità nel Regno Unito per sostenere l'industria della moda e quella dei tessuti britanniche nel percorso verso la sostenibilità e il cambiamento sistemico. L'iniziativa è aperta a tutte le aziende coinvolte nella moda e nei tessuti, dai rivenditori agli attori del riciclo. Si tratta di un accordo volontario che permette alle imprese di collaborare su obiettivi connessi al carbonio, alle risorse idriche e ai tessuti circolari, ma anche di partecipare al dibattito politico.

Di più. Nel caso della moda, è probabile che venga richiesto a brand e rivenditori di contribuire a finanziare il riciclo degli articoli e di innovare la concezione di materiali e tessuti. E infine un terzo filone di supporto normativo (in-

diretto) proviene dai target di riduzione delle emissioni a livello nazionale, in linea con l'accordo di Parigi, nonché dai vari sforzi delle imprese per raggiungere gli obiettivi di azzeramento delle emissioni nette di carbonio. «Tutti questi fattori messi insieme dovrebbero stimolare fortemente il trend dell'usato - conclude Carzana - poiché l'estensione della vita utile dei prodotti ha il potenziale di ridurre le emissioni dell'intero settore della moda».

Quali sono le generazioni più entusiaste della rivoluzione green? Sicuramente quelle dei giovanissimi ma anche quelle dei super fashion. Basti pensare al successo raggiunto dall'iniziativa del canale di vendita di capi vintage Vault di Gucci: «Sugli scaffali virtuali si trovano pezzi delle passate stagioni, di seconda mano, o personalizzati dal direttore creativo Alessandro Michele che ha dichiarato: «È un laboratorio, una miniera di idee, di stranezze, per me lo shopping non è semplicemente comprare delle cose».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

ESEMPI VIRTUOSI

ZALANDO TRA RICICLO E ALLUNGAMENTO DELLA VITA DEI CAPI



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



SCHIRIO VAULT GUCCI

1

La proprietà intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato