

Attualità

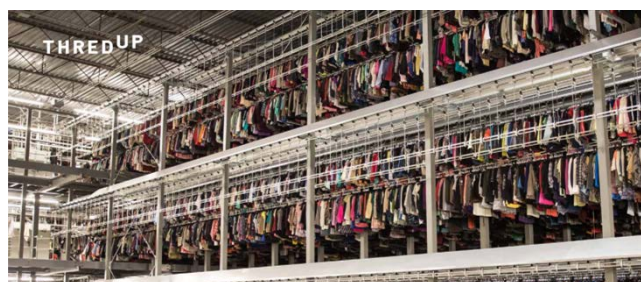
MODA: PER UN FUTURO CIRCOLARE*

Martina Sorghi

Co-Fondatrice Start-up Looped

www.looped.earth

martina@looped.earth



Il mercato globale dell'abbigliamento è in crescita e si prevede che aumenti fino a circa 2,25 trilioni di dollari entro il 2025. Gli studi indicano che questo settore è responsabile del 4% circa delle emissioni globali e che tali emissioni potrebbero aumentare a circa 2,7 miliardi di tonnellate nel 2030. Per non oltrepassare la soglia del riscaldamento globale di 1,5 °C (rapporto IPCC), il settore dovrà accelerare i propri sforzi per ridurle. I principali attori della diminuzione saranno i brand e i rivenditori che dovranno adottare azioni concrete. Per rendere possibile la transizione, gli approcci dei modelli di business circolari sono leve fondamentali che potrebbero contribuire con una riduzione di circa 143 milioni di tonnellate di emissioni di gas serra entro il 2030. Il mercato sostenibile e la relativa domanda dei consumatori sono in crescita. In questo scenario stanno già emergendo startup come Looped, rivolta principalmente all'industria della moda con la missione di ridurre i rifiuti tessili.

Fashion for a Circular Future

The global apparel market is growing and is expected to grow to around 2.25 trillion U.S. dollars by 2025. Studies indicate that this sector is responsible for contributing around 4% of global emissions, and with emissions growth estimates to around 2.7 billion tonnes in 2030. In order to track a path to 1.5 degrees outlined by the IPCC report, the industry will need to accelerate its efforts. The main actors of the reduction will be brands and retailers who will have to take concrete actions. To make the transition possible, circular business model approaches are key levers; they could deliver around a reduction of 143 million tons of greenhouse gas emissions by 2030. The sustainable market and related consumer demand are growing. From this scenario are already emerging startups such as Looped, a marketplace for upcycle designers with the mission of reducing textile waste.

S spesso sentiamo parlare di moda a livello di trend e sfilate, ma il mondo della moda non è ovviamente solo questo. Il mercato globale dell'abbigliamento è stato stimato nel 2020 ad un valore di 1,5 trilioni di dollari USA con una previsione di crescita entro il 2025 a circa 2,25 trilioni di dollari USA [1]. Questo incremento, nel presente delicato momento climatico, costringerà l'industria della moda a confrontarsi con un altro valore: le emissioni globali.

*info@looped.earth, www.looped.earth, LinkedIn: [@wearelooped](https://www.linkedin.com/company/wearelooped)
Instagram: [@wearelooped](https://www.instagram.com/wearelooped), Twitter: [@wearelooped](https://twitter.com/wearelooped)
Co-founders: Amy Ayrton Martina Sorghi Hannah Standen

L'industria della moda è la seconda industria più inquinante dopo quella del petrolio [2]. Essa rappresenta circa il 4% delle emissioni globali, equivalenti al combinato delle emissioni annuali di gas serra di Francia, Germania e Regno Unito [3]. Circa il 70% di emissioni provengono dalle attività a monte della produzione di materie prime (particolarmente energivora): tintura e finissaggio, preparazione del filato e produzione di fibre. Il restante 30% è generato da attività come trasporto, confezionamento, vendita al dettaglio, operazioni, utilizzo e fine dell'uso [4]. La stima di crescita del settore, in mancanza di ulteriori azioni di riduzione oltre a quelle già in atto, farà aumentare le emissioni di circa un terzo fino a circa 2,7 miliardi di tonnellate nel 2030 [5]. Per non oltrepassare la soglia del riscaldamento globale di 1,5 °C, obiettivo delineato sulla base dello scenario raffigurato nel rapporto IPCC, l'industria dovrà accelerare i propri sforzi nel prossimo decennio per ridurre le emissioni della metà, a circa 1,1 miliardi di tonnellate entro il 2030 [4]. Questo sarà possibile attraverso le stesse leve attualmente già utilizzate per ridurre le emissioni, su scala allargata e con un livello di implementazione più elevato.

I principali motori per un rapido calo saranno i brand e i rivenditori, che potranno influenzare il cambiamento con le proprie operazioni, supportare i partecipanti alla catena del valore nel loro impegno di decarbonizzazione e creare opportunità per i consumatori per orientare le scelte nel consumo sostenibile.

Per rendere la transizione possibile, è necessaria un'azione concertata e impegnata in tre aree:

- ridurre le emissioni dalle operazioni a monte;
- ridurre le emissioni dalle operazioni dei brand;
- incoraggiare comportamenti sostenibili dei consumatori.

I modelli di "business circolari" sono gli strumenti chiave della decarbonizzazione grazie alla loro capacità di prolungare la vita utile del prodotto, consentire il riciclaggio e ridurre la necessità di risorse nuove e limitate nella produzione. Gli approcci circolari potrebbero fornire



(Credit: BORBALA AW 21/22 at Budapest Central European Fashion Week)

circa 143 milioni di tonnellate di riduzione delle emissioni di gas serra nel 2030, con un aumento di ogni punto percentuale della quota di mercato che consentirebbe di risparmiare circa 13 milioni di tonnellate. L'adozione di modelli di business circolari dovrà continuare a crescere anche dopo il 2030, affinché il settore rimanga sotto la soglia dei 1,5 °C.

Il vettore principale per i modelli circolari è attualmente il re-commerce, che rappresenta circa il 7% del mercato [6].

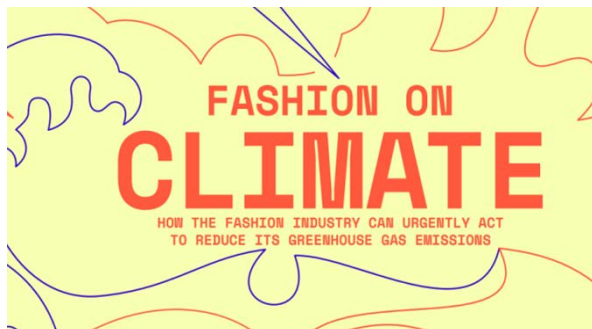
Nel prossimo decennio, a fronte della crescente domanda dei consumatori Generazione Z e Millennials, che supportano l'ecllettismo, la proposta di valore e la sostenibilità dei modelli, i segmenti di rivendita, inclusi i servizi di spedizione, i mercati gestiti e i mercati peer-to-peer, potrebbero crescere di oltre il 10% [4].

Si presume che il modello di noleggio dell'abbigliamento possa estendere la durata del prodotto di 1,8 volte, sulla base del numero medio di noleggi durante il ciclo di vita di un prodotto [4]. Con le nuove generazioni a guidare i modelli di noleggio, i brand saranno invece

attori chiave nel guidare la riabilitazione del settore, caratterizzando l'innovazione riguardante le scorte di materiali in eccesso e fondi di magazzino [7].

Come per i modelli di mercato dei re-sale, la leva di ri-adattamento presuppone la volontà dei brand e dei rivenditori ad introdurre servizi di riparazione professionale dei prodotti che i consumatori potranno utilizzare se supportati in tal senso offrendo un'estensione, seppur più modesta, della vita utile del prodotto di 1,35 volte [8].

Non ultima, la ristrutturazione dei capi e materiali, con il potenziale raddoppio del ciclo di vita dei prodotti scartati, si rifletterebbe nelle collaborazioni di brand e produttori legate



all'upcycling e al riciclo. Tali collaborazioni consentirebbero di abbattere le emissioni annuali a circa 18 milioni tonnellate, riducendo le operazioni di incenerimento e discarica e indirizzando l'industria verso un modello operativo a ciclo chiuso (CLR, closed-loop recycling) [4, 9].

Attualmente, dei 100 miliardi di capi di abbigliamento prodotti ogni anno, 92 milioni di tonnellate sono scartate e di

queste solo l'1% viene riciclato [8, 10]. Questo non è solo un danno per il clima, ma è anche negativo per il business. Ad esempio, nel Regno Unito, annualmente, nel settore dell'abbigliamento e dei materiali tessili, si stima una perdita di circa 82 milioni di sterline in discariche, mentre su scala mondiale, circa 500 miliardi di dollari sono persi a causa di indumenti a malapena indossati e per mancanza di riciclo [8, 9].

Al fine di risolvere i problemi dell'industria della moda legati all'inquinamento ambientale ed alla perdita economica, l'innovazione è necessaria su tutti i fronti. È fondamentale un forte impegno multidisciplinare nell'ambito chimico, tecnologico, gestionale/logistico ed economico della filiera del tessile per un'innovativa integrazione nel riciclo, smistamento/tracking delle materie prime e prodotti utilizzati.

Per tale rinnovamento i maggiori incentivi saranno richiesti per supportare i brand nell'implementare e transire a modelli di business circolari.

I modelli di rivendita richiederanno nuove capacità logistiche, mentre i modelli basati sulla riparazione ed il ricondizionamento richiederanno capacità di destrutturazione e confezionamento di capi di abbigliamento con la conseguente crescita di domanda nel settore chimico legata al riciclaggio.

L'introduzione dell'upcycling all'interno del sistema del riciclo meccanico consente il prolungamento della vita utile, anche parzialmente, del tessile ancora prodotto con tecnologie ad alto impatto ambientale; resta inteso che è necessaria la drastica diminuzione di estrazione e uso di risorse come petrolio e acqua, eliminazione dell'utilizzo di pesticidi ed insetticidi nella coltivazione di colture (cotone, lino, canapa ecc.) e la riduzione di lavaggi e tinture per la produzione di nuovi materiali.

Si noti che nonostante l'utilizzo limitato o vietato nell'UE di prodotti come il tricloroetano TCE e degli etossilati di nonilfenolo (NPE), in alcuni Paesi extraeuropei ove non vi sono leggi ambientali evolute e controlli delle emissioni e immissioni ambientali degli impianti produttivi, alcune di queste sostanze vengono tuttora impiegate, entrando a far parte degli indumenti e del loro ciclo di vita, esponendo sia gli operatori del settore che i consumatori.

Un maggiore impegno sul fronte chimico e sul riciclo chimico dei prodotti tessili porterebbe quindi all'abbandono progressivo di trattamenti dannosi per la produzione di nuovi materiali e ad una migliore qualità dei materiali riciclati utili ad un modello economico circolare.

Al crescere della domanda, i brand dovranno implementare i modelli di business circolari in collaborazione con i rivenditori e gli attori della catena del valore a monte o rischieranno di perdere sia il controllo dei loro prodotti che il valore acquisito dopo la vendita.

Il mercato sostenibile sta crescendo ad un ritmo rapido, con il potenziale valore economico stimato di 5 trilioni di dollari [9] per la sola l'industria della moda circolare, con l'88% dei consumatori che afferma che affrontare il cambiamento climatico è ora più importante che mai [11].

Il requisito chiave perché l'industria del tessile/moda possa raggiungere gli obiettivi delineati nell'accordo di Parigi è quello di adottare un sistema in cui almeno 1 capo su 5 venga rivenduto



(Credit: Holli Hull)

attraverso un modello di economia circolare, quali rivendita, noleggio e ristrutturazione (riciclo o upcycle).

ThredUP prevede che il mercato della moda di seconda mano varrà 64 miliardi di dollari nei prossimi cinque anni, crescendo fino a quasi il doppio del fast fashion entro il 2029. In aumento è anche il numero dei consumatori interessati all'acquisto di capi "upcycled" (59% della Generazione X, 57% della Y e 47% della Z) [12], parola che nelle ricerche online ha mostrato una crescita significativa nel mondo, aumentando da circa 7.900 nel gennaio 2010 ad un numero di 263.685 ad aprile 2013 [13].

Nuove start up e modelli di business emergono guidati dalle nuove generazioni sempre più consapevoli. Fra queste Looped, una nuovissima start up con la missione di ridurre gli sprechi tessili.

Looped è nata a Londra a metà del 2020 grazie all'idea di tre giovani co-fondatrici unite dallo scopo di "fare qualcosa" al riguardo, dopo aver assistito in prima persona alla tendenza dell'industria della moda a usare le parole piuttosto che i fatti.

Looped sarà lanciato come marketplace sostenibile per upcycle designers con in serbo grandi progetti per il futuro. In meno di un anno, la startup ha partecipato al "Sustainable Fashion

LOOPED
conscious creators redefining fashion

Accelerator Program" presso la CISL dell'Università di Cambridge nel Regno Unito ed è stata selezionata tra le 11 startup che parteciperanno all'Accelerator Program di Startupbootcamp a Milano.

Looped mira a ridurre gli sprechi tessili e crede che la collaborazione sia fondamentale affinché l'industria diventi completamente sostenibile.

Attualmente brand e produttori hanno accumulato eccessi di materiali e stock nei magazzini; le cooperazioni con Looped saranno un'opportunità per reinventare tali prodotti scartati. Lavorando con i designer di Looped, verrà data una nuova prospettiva di vita ai prodotti che, rielaborati, torneranno in circolazione generando opportunità di entrate precedentemente mancate. Looped è una società basata su uno scopo ed è stata fondata con i principi di sconvolgere l'attuale sistema insostenibile nel settore della moda. La piattaforma verrà utilizzata per portare attenzione sulla sostenibilità e sulle questioni ambientali che riguardano l'industria della moda, elevare il concetto di upcycling e creare una community che riunisca individui con la stessa filosofia di pensiero con il fine di rendere manifesto l'impatto e la bellezza dell'azione collettiva.

Spinte dalla passione, dall'esperienza maturata nel settore e dalla volontà di rivoluzionare l'industria della moda, prima di stabilirsi a Londra, le co-fondatrici hanno lavorato negli Stati Uniti, in Australia e in Italia.

Looped ha ottenuto sin dalla sua fondazione nel 2020, il supporto di mentori professionisti del settore business e moda. Con la combinazione della visione e della determinazione delle fondatrici e dei mentori, Looped è pronta a portare l'upcycling nell'industria della moda e nella cultura mainstream, migliorandola.

Il volto dell'industria della moda sta cambiando, i nuovi modelli di business sono in crescita e questo indica nuove possibilità per un futuro più green.

E come uno degli slogan di Looped cita: "La moda è cultura, e la cultura guida il cambiamento".

BIBLIOGRAFIA

- [1] <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/>
- [2] <https://www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate-change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/?sh=236385fa79e4>
- [3] Oxford University: Our World in Data, using emissions data from the global carbon project. Refers to 2017 CO₂ emissions figures from the UK (0.5 Bn tonnes), Germany (1.1 Bn tonnes), France (0.5 Bn tonnes), converted to CO₂ equivalent units and scaled-up to 2018 using the population growth rate from the World Bank.
- [4] [Fashion on Climate, McKinsey](#), 2020.
- [5] [Post COVID-19 growth scenarios are based on Apparel Fashion & Luxury sector](#), McKinsey Global Institute analysis. The analysis is based on the "virus contained, growth rebound" scenario and an implied industry CAGR of 2% per annum till 2030. See more on sources [4].
- [6] Calculated based on ThredUp 2019 Resale report market values for 2018, adjusted for the US share of the total apparel market.
- [7] [GFA survey on deadstock and overstock during COVID-19 crisis](#), aprile 2020.
- [8] [WRAP: Valuing our clothes](#), 2017.
- [9] [Ellen MacArthur Foundation: A new textile economy](#), 2017.
- [10] <https://www.fashionrevolution.org/waste-is-it-really-in-fashion/>
- [11] <https://www.forbes.com/sites/solitairer Townsend/2018/11/21/consumers-want-you-to-help-them-make-a-difference/?sh=3bbe50ef6954>
- [12] <https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2020/01/31/sustainable-retail-how-gen-z-is-leading-the-pack/?sh=40abef632ca3>
- [13] https://usa.chinadaily.com.cn/culture/2013-06/19/content_16637396.htm. For example, the number of products on Etsy.com, a US e-commerce site, tagged with the word "upcycled" increased from about 7,900 in January 2010 to nearly 30,000 a year later - an increase of 275%. In April 2013, that number increased by a whopping 879% to 263,685.