

3RD EDITION

VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM

OCTOBER 24TH – 25TH, 2024



Executive Summary

JUST FASHION TRANSITION 2024

STUDY CONDUCTED BY



The European House
Ambrosetti

THE VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM 2024

Il Venice Sustainable Fashion Forum è un'iniziativa unica, nata dalla collaborazione di tre partner chiave: **Sistema Moda Italia, TEHA Group e Confindustria Veneto Est.**

L'evento rappresenta la principale tappa annuale incentrata sulla sostenibilità nella catena estesa del valore della Moda. Giunto alla sua **terza edizione**, l'iniziativa ha ricevuto il sostegno di 19 partner che ne condividono valori e obiettivi, riconoscendo la necessità avviare un dibattito serio e urgente sul tema per tracciare la strada verso una transizione equa ed efficace.

Durante l'evento, verrà presentato lo **studio strategico** "Just Fashion Transition" che affronta i progressi, le sfide e le opportunità per la filiera insite nella trasformazione sostenibile, al fine di promuovere un dialogo collaborativo e sviluppare soluzioni concrete.

TEHA GROUP

Nata nel 1965, TEHA Group è un'azienda composta da 300 professionisti, il 56% dei quali sono donne. Nel corso degli anni ha registrato una crescita significativa, anche grazie al contributo di numerosi partner che hanno sviluppato numerose attività in Italia, Europa e nel resto del mondo.



750+
EVENTI



3.000
ESPERTI



1°
THINK TANK



18
PAESI

Da **quasi 60 anni**, TEHA lavora al fianco delle aziende italiane, servendo più di **1.500 clienti ogni anno** con servizi di consulenza manageriale e progetti su misura in 14 aree tematiche. Il Gruppo collabora con aziende di **vari settori e di diverse dimensioni**: in particolare sviluppa ogni anno 120 progetti per famiglie imprenditoriali. Svolge inoltre oltre **350 studi strategici** e scenari destinati a istituzioni e aziende italiane ed europee

Ogni anno, sono coinvolti circa **3000 esperti italiani e internazionali** nei **750 eventi creati** esclusivamente per i **18.000 manager** iscritti a un percorso di crescita professionale. Grazie al know-how e alla tecnologia proprietaria di TEHA, il gruppo organizza workshop, seminari ed eventi digitali e fisici complessi e di alto livello, oltre a programmi di formazione per professionisti e leader aziendali.

Oggi, TEHA Group è riconosciuto come il **1° Think Tank privato italiano, il 4° nell'Unione Europea**, e una delle istituzioni più rispettate e indipendenti in oltre 100 paesi nel mondo.



JUST FASHION TRANSITION 2024: EXECUTIVE SUMMARY

OBIETTIVI DELLO STUDIO E FONTI

Just Fashion Transition 2024 è l'**osservatorio strategico annuale** di TEHA sulla **transizione sostenibile nei principali comparti della moda**: tessile, abbigliamento, maglieria, calzature, pelletteria, conceria.

Quest'anno, lo Studio adotta una **nuova struttura proattiva e orientata al futuro**, volta ad esplorare possibili traiettorie per la Just Fashion Transition. L'edizione 2024 si concentra su **due domande chiave** che hanno guidato il processo di ricerca.



Lo studio esplora le **sfide e le opportunità** connesse alla transizione e fornisce **5 raccomandazioni** rivolte a istituzioni e attori chiave della catena del valore della moda, per promuovere una transizione che non sia solo sostenibile, ma anche giusta ed equa, in grado di bilanciare gli interessi e le aspettative dei vari stakeholder senza lasciare indietro nessuno.

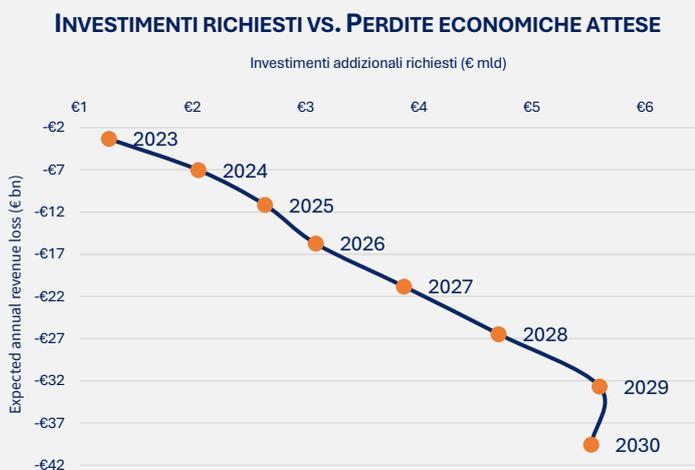
I contenuti dello studio si basano su numerose analisi proprietarie e fonti.



I RISULTATI DELLO STUDIO STRATEGICO

1. La moda europea potrebbe raggiungere i suoi obiettivi climatici con 8 anni di ritardo

Nonostante negli ultimi 6 anni l'industria europea della moda sia riuscita a disaccoppiare la crescita economica dalle emissioni di CO₂, sembra che ai ritmi attuali sarà in grado di raggiungere gli obiettivi climatici vincolanti previsti dal Fit for 55 solo entro il 2038. Per recuperare il ritardo rispetto al percorso di decarbonizzazione previsto, saranno necessari investimenti aggiuntivi pari a €24,7 miliardi entro il 2030. In alternativa, ridurre i volumi di produzione per rimanere entro i limiti di emissione previsti rischia di comportare perdite di ricavi 8 volte superiori.



Evidenze chiave

- **Negli ultimi 6 anni, l'industria europea della moda ha ridotto la propria l'intensità di carbonio (grCO₂ per € di fatturato) del 9,7% all'anno.** Le proiezioni indicano un potenziale di riduzione complessiva del 70,7% entro il 2030, grazie soprattutto a efficaci misure di efficienza energetica¹.
- Sebbene l'impronta di carbonio assoluta sia già diminuita del 33% dal 1990, confrontando diversi scenari, emerge come **per raggiungere gli obiettivi Fit for 55 in tempo, le catene del valore della moda europee dovranno tagliare 76,1 milioni di tonnellate di CO₂ in più entro il 2030²** - un volume quasi pari al 61% dell'impronta complessiva registrata nel 2022.
- **Il gap di investimenti aggiuntivi richiesti per decarbonizzare il settore europeo del fashion è stimato in circa i €24,7-29,1 miliardi³.** Pur trattandosi di una stima conservativa effettuata calcolando i costi di interventi altamente scalabili, occorre notare come, ad oggi, il tasso d'investimento nel settore sembra essere in costante calo dal 2018 (-7,93%) – un freno all'innovazione e alla competitività, testimoniato anche dal calo delle domande di brevetto registrato nello stesso periodo (-3,39%)⁴.
- Gli obiettivi climatici introdotti dall'UE con il Fit for 55 pongono le aziende del settore di fronte a un bivio: investire in decarbonizzazione o rinunciare a parte delle vendite per rimanere entro i limiti di emissione, con perdite potenziali di ricavi entro il 2030 stimate in €156,7 euro - oltre 7,8 volte superiori agli investimenti richiesti⁵. Poiché l'attuale tasso di consumo sembra incompatibile con gli obiettivi al 2030, i consumatori europei potrebbero essere chiamati a rinunciare ogni anno a 1 capo su 3⁶.
- Secondo un'analisi dei bilanci di oltre 2.686 società, **gli investimenti richiesti sembrano difficilmente sostenibili per il 92% delle aziende italiane della filiera.** Per sostenere gli investimenti aggiuntivi necessari per la decarbonizzazione, le piccole imprese rischiano di dover rinunciare a 5,8 p.p. dei loro margini, pur registrando già una marginalità media di appena il 7-11%.⁷

¹Elaborazione TEHA Eurostat (retrieved on 06/06/24). Air emissions arising from land use, land use changes and forestry as well as any indirect emissions are excluded; and (2) R. R. Collado et al., Key drivers of the textile and clothing industry decarbonisation within the EU-27 (2023).

²Elaborazione TEHA su Agenzia europea dell'ambiente: EEA greenhouse gases - data viewer 2018-22 (recuperato il 06/06/24) e (2) elaborazione TEHA di Science Based Target: Settore dell'abbigliamento e delle calzature - guida SBT (recuperato il 06/06/24).

³Elaborazione TEHA su Agenzia Europea dell'Ambiente: EEA greenhouse gases - data viewer 2018-22 (recuperato il 06/06/24); (2) McKinsey, Fashion on Climate (2020) e varie fonti (2024).

⁴Elaborazione TEHA sulla Banca europea per gli investimenti: Gli investimenti delle imprese stavano crescendo in Europa - poi il COVID-19 ha colpito (2021) e (2) Ufficio Europeo dei Brevetti: Registro europeo dei brevetti (recuperato il 14/06/24) - Domanda di brevetto per abbigliamento, moda, capi di abbigliamento, pelle e tessuti.

⁵Elaborazione TEHA su varie fonti(2024) and on Eurostat: Annual detailed enterprise statistics for industry from 2018 to 2022 (retrieved on 06/06/24)

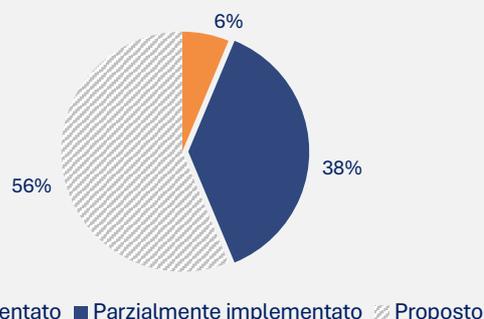
⁶Elaborazione TEHA su Statista, IMF, World Bank, UN and Eurostat (2024)

⁷Elaborazione TEHA su Bureau Van Dijk AIDA e Orbis (2024)

2. Competitività e decision-making rischiano di essere ostacolati da un conteso normativo fortemente improntato alla regolamentazione ma ancora incompleto

Poiché la sua influenza geopolitica nel mondo è in costante decrescita, a 10 anni dall'Accordo di Parigi, l'Europa continua a promuovere la transizione sostenibile principalmente attraverso leggi e norme. Tuttavia, la mancanza di **linee guida di operative e di quadri normativi ben definiti rappresenta una fonte di incertezza per le imprese**, almeno per i prossimi 5 anni, e quindi un freno alla competitività rispetto al resto del mondo. Inoltre, nonostante la crescente attenzione dell'UE in materia di **gestione del fine vita** dei prodotti fashion, **le infrastrutture disponibili non sembrano ancora adeguate**.

STATO DELLE NORMATIVE UE CHE RIGUARDANO IL SETTORE DELLA MODA



Evidenze chiave

- Dal 1990, la **quota di PIL mondiale prodotto dai Paesi del G7 è scesa dal 50% al 30%, rendendo il G20 vero protagonista del dibattito economico internazionale**. In questo contesto, con oltre \$2.400 miliardi tra fondi pubblici e privati, gli Stati Uniti hanno acquisito la leadership in materia di manifattura verde, mentre la Cina ha fatto leva su un forte controllo statale e su \$400 miliardi tra 2021 e 2025.⁸
- **L'Unione Europea ha scelto di accelerare la transizione attraverso la regolamentazione, ma la piena attuazione delle politiche annunciate per l'industria della moda non è prevista prima di 5 anni**. Tuttavia, mentre i requisiti e gli strumenti di sostenibilità sono sempre più concentrati sulle grandi aziende, le PMI non sembrano altrettanto prese in considerazione. Esse si ritrovano a dover sostenere l'onere della compliance senza risorse sufficienti – un mite che minaccia di ampliare le disuguaglianze – soprattutto tra gli attori più vulnerabili del mercato, siano essi aziende o persone fisiche – e ostacolarne il potenziale competitivo in un mercato regolamentato.⁹
- Mentre la Commissione Europea spinge verso il recupero dei rifiuti e la rendicontazione sui prodotti invenduti, **in Europa, la distruzione rappresenta ancora un comune metodo di smaltimento per i prodotti restituiti e invenduti**, con 264.000-594.000 tonnellate di prodotti tessili che si stima vengano distrutte ogni anno (4-9% del mercato). Inoltre, **mentre fino al 79% dello stock invenduto viene recuperato, solo il 57% dei resi online riesce a essere gestito nello stesso modo**, con costi di trattamento pari al 55-75% del prezzo al dettaglio.¹⁰
- **La revisione della Direttiva Quadro sui Rifiuti del 2023 introduce un nuovo schema di Responsabilità Estesa del Produttore (EPR)**, introducendo per brand una tassazione basata sull'ecodesign per promuovere durabilità e riciclabilità, con il supporto di Passaporti Digitali di Prodotto; mentre l'Italia ha già istituito sistemi di raccolta differenziata dei prodotti tessili, **solo 3 città su 4 dispongono di strutture adeguate per gestirla, con un potenziale effettivo di raccolta pari a soli 2,7 kg pro capite rispetto ai 23 kg immessi sul mercato ogni anno**¹¹.

⁸ ISPI, UE: il treno verde non è frugale (2024); Atlantic Council, The IRA and CHIPS Act are supercharging US manufacturing construction (2024); Unione Europea, The European Green Deal (2020); Ministero dell'Economia, del Commercio e dell'Industria, Green Growth Strategy Through Achieving Carbon Neutrality in 2050 (2020); RPC, 14th Five-Year Plan (2020)

⁹ La legislazione proposta non riguarda direttamente i prodotti TCLF (tessili, abbigliamento, cuoio e calzature) nella sua forma attuale, ma potrebbe essere ampliata in revisioni future, dati i nuovi requisiti di riparazione derivanti dal regolamento sulla progettazione ecocompatibile; l'entità dell'impatto è stata stabilita in termini di azioni da attuare e di risorse economiche da spendere; e (2) Euratex, Facts & Key Figures (2024); e (3) Parlamento europeo, The cumulative effect of due diligence EU legislation on SMEs (2023)

¹⁰ Elaborazione TEHA su EEA, The destruction of returned and unsold textiles in Europe's circular economy (2024); e (2) Ecodesign for Sustainable Products Regulation (EU) 2024/1781; e (3) Destinazioni non specificate si riferiscono a punti vendita esterni, jobbers, donazioni.

¹¹ Elaborazione TEHA su D.lgs. Decreto 2020/116; e (2) ISPR, Green Book (2024); e (3) Erion (2024); e (4) Fondazione sviluppo sostenibile, Il riciclo in Italia (2023).

3. Il settore finanziario europeo non ha ancora tutte le leve per essere il motore della Just Fashion Transition europea

Senza un adeguato sostegno finanziario e un quadro normativo che faciliti l'accesso ai fondi sostenibili sui mercati dei capitali, **la transizione rischia di essere sottofinanziata**, esacerbando le disuguaglianze soprattutto tra le **PMI, che oggi rappresentano quasi il 98% dell'intero settore**.

Ad oggi, **solo il 35% degli investimenti dedicati alla transizione delle PMI europee è stato sostenuto da finanziamenti esterni**, e solo il 16% di questi si qualifica effettivamente come "sostenibile".

FINANZIAMENTO ESTERNO SOSTENIBILE DISPONIBILE ALLE PMI EUROPEE



~16%

La media dei finanziamenti esterni qualificabili come finanza sostenibile, con un'ampia definizione del termine sostenibilità

Evidenze chiave

- Grazie ai fondi stanziati dall'UE per accelerare l'implementazione del Green Deal europeo, le **aziende europee della catena del valore della moda possono finanziare la loro transizione energetica attraverso fino a 485 miliardi di euro** disponibili per tutti i settori e le aziende. 2 miliardi di euro, pari all'1% di tali risorse, sono specificamente dedicati alle PMI, evidenziando la necessità di una collaborazione tra settore pubblico e privato per mobilitare questi investimenti.¹²
- **Quasi il 60% delle PMI europee dichiara di stare investendo nella propria transizione di sostenibilità, ma solo il 35% dei finanziamenti proviene da fonti esterne e, di questa quota, solo il 16% è effettivamente etichettato come finanza sostenibile**; l'adozione dei Green Bond da parte del settore della moda è di circa l'1%, il che indica la presenza di notevoli barriere all'accesso alla finanza sostenibile.¹³
- **I grandi brand iniziano timidamente a supportare o a creare alleanze per sostenere la transizione verde nelle loro catene di fornitura**. Poiché la maggior parte dell'inquinamento proviene da stabilimenti produttivi al di fuori del controllo dei brand, iniziative come la Future Supplier Initiative mirano a mettere a disposizione dei fornitori prestiti a tasso agevolato per investimenti dedicati alla transizione, nell'ambito di uno sforzo più ampio per mobilitare le risorse necessarie a raggiungere gli obiettivi di emissioni nette zero.¹⁴
- **Queste iniziative hanno già sbloccato 52 milioni di dollari di finanziamenti. Tuttavia, questo importo è ancora una piccola parte della somma totale stanziata di 2 miliardi di dollari entro il 2030**, evidenziando un significativo divario nei finanziamenti e sottolineando l'urgenza di una maggiore e più efficace collaborazione tra i brand e le proprie filiere per promuovere i progressi necessari.¹⁵
- La collaborazione all'interno dell'industria della moda sembra ancora esposta a barriere significative, con solo **il 4% dei brand che fornisce dettagli sul sostegno alle iniziative di sostenibilità** al di fuori dell'ambito aziendale e **solo il 24% che rendiconta gli investimenti dedicati a soluzioni di efficienza energetica all'interno delle proprie catene di fornitura**.¹⁶

¹²Elaborazione TEHA su Agenzia Europea dell'Ambiente, Investments in the sustainability transition: leveraging green industrial policy against emerging constraints (2023); e (2) dati della Commissione Europea (2024).

¹³Elaborazione TEHA su Eurochambers, A European Survey: Access to sustainable finance for SMEs (2023); e (2) Dati forniti da Unicredit (2024).

¹⁴Elaborazione TEHA su Cosa alimenta la transizione, rivoluzione della moda (2024); e (2) Dati sulle alleanze pubbliche (2024)

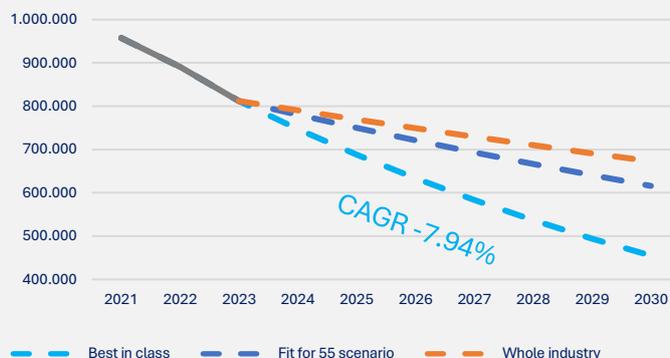
¹⁵Ivi.

¹⁶Ivi.

4. Un terzo delle 100 più grandi aziende europee del settore moda è al passo con la velocità di decarbonizzazione necessaria, il resto rimane indietro

Da un lato, le **34 grandi aziende europee del settore** che stanno riducendo le proprie emissioni a una **velocità doppia rispetto** a quella richiesta dalla Fit for 55 dimostrano che la decarbonizzazione è possibile. Dall'altro, questo evidenzia un ritardo significativo per il resto del settore. Inoltre, mentre sul clima si stanno facendo progressi, tra le 100 più grandi aziende EU **solo 7 aziende sono trasparenti sul living wage** e 28 non pubblicano ancora un Bilancio di sostenibilità. Infine, **l'integrazione delle performance ESG nella retribuzione variabile dei dirigenti è una pratica diffusa solo nel 25% delle aziende**, a differenza di altri settori in cui tale quota supera il 90%.

BEST IN CLASS, EMISSIONI DELL'INDUSTRIA DELLA MODA DELL'UE E FIT PER 55 SCENARI DI DECARBONIZZAZIONE (TCO)₂



Evidenze chiave¹⁷

- **L'analisi di TEHA, condotta per il terzo anno su 100 aziende del settore moda europeo e 31 retailer globali, ha valutato il loro livello di presidio e le loro performance di sostenibilità** utilizzando i dati pubblicamente disponibili degli ultimi tre anni. Quest'anno l'analisi acquista ancora più rilevanza se si considera che le grandi aziende in Europa - con più di 250 dipendenti e/o più di €45 milioni di ricavi e/o più di €25 milioni di stato patrimoniale - devono allinearsi alla nuova direttiva sul reporting ESG (CSRD).
- **Sebbene 28 società non abbiano ancora un bilancio di sostenibilità, nel 2023 il panel ha registrato un miglioramento del presidio (+12% in media):** 1 azienda in più ha pubblicato gli obiettivi, mentre 33 hanno migliorato la rendicontazione, 35 sono rimaste stabili e solo 4 sono peggiorate. **Le aziende del lusso hanno ottenuto i punteggi medi più alti**, seguite da vicino dai brand di mass market e fast fashion. Il 66% delle aziende migliorate già nel 2022 disponeva di solide strutture di reporting.
- **Sui temi ambientali il trend è chiaro: dal 2021, il cambiamento climatico è stato l'ambito più affrontato** e, ad oggi, è l'unico prevalentemente gestito tramite obiettivi quantitativi a lungo termine. La biodiversità, nonostante una crescente attenzione negli ultimi tre anni, rimane il tema più difficile da rendicontare e gestire, a causa della mancanza di metriche e approcci comparabili.
- Tra le 100 maggiori aziende europee, 41 pubblicano dati coerenti e confrontabili sulle emissioni di CO₂. **Negli ultimi tre anni queste aziende stanno riducendo la propria carbon footprint tre volte più velocemente del settore** e due volte più velocemente di quanto richiesto dagli obiettivi di Fit for 55. Va tenuto presente che le imprese più grandi beneficiano marginalità significativamente più elevate delle filiere, e hanno quindi la capacità finanziaria necessaria per sostenere la propria transizione.
- **Solo il 26% delle 100 maggiori aziende di moda europee ha collegato l'executive compensation agli obiettivi ESG**, nonostante ciò sia fondamentale per creare accountability e quindi per il successo della transizione sostenibile. In tutti i settori, l'UE è in testa con un tasso di integrazione del 93% rispetto al 76% degli Stati Uniti e al 77% dell'Asia, ma i progressi complessivi nel settore della moda sono stati lenti, con un miglioramento solo dell'8% tra le maggiori aziende di moda dell'UE negli ultimi 3 anni.

¹⁷ Elaborazione TEHA di tutti i bilanci più recenti e delle informazioni di sostenibilità pubblicamente disponibili delle aziende europee della moda e della catena del valore del lusso che saranno soggette agli obblighi della CSRD.

5. Mancanza di competenze e margini ridotti rendono difficile per le filiere italiane affrontare rapidi cambiamenti.

Il presidio sui temi ESG tra le aziende della filiera italiana è **diminuito di circa il 3%**, in particolare tra le PMI con ricavi <30 milioni €. I fattori principali di questo rallentamento sono tre: la **mancanza di competenze interne** è il principale ostacolo del mancato presidio ESG, mentre la **bassa redditività, in costante calo** (tra il 7 e l'11%), così come gli **alti indici di indebitamento**, rendono gli investimenti nella decarbonizzazione difficilmente sostenibili per circa il 92% delle aziende, soprattutto nel settore conciario e dell'abbigliamento.

**RAPPORTO EBITDA/FATTURATO NELLA CATENA DEL VALORE
(2.686 AZIENDE ITALIANE DELLA FILIERA VS. 281 BRAND UE)**



Evidenze chiave¹⁸

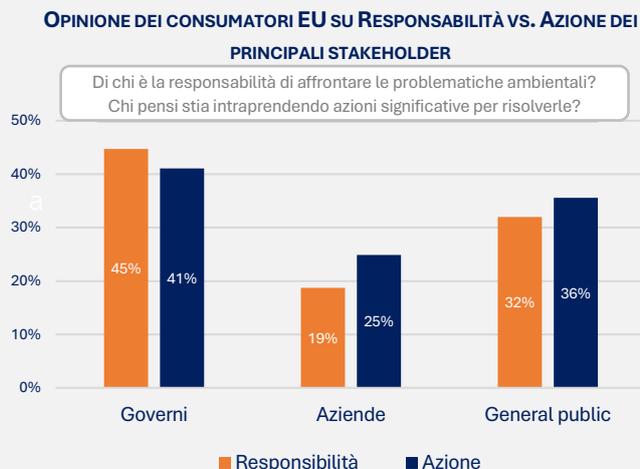
- Secondo l'assessment ESG condotto per il terzo anno consecutivo su 373 aziende italiane della filiera, **le aziende più grandi mostrano un migliore presidio della sostenibilità, mentre le più piccole (<30 milioni di fatturato) hanno dovuto affrontare difficoltà che hanno comportato a un calo medio del 3% nei presidi rispetto all'anno scorso**. Il divario si riduce per le aziende che superano gli €80 milioni di fatturato, evidenziando la disparità connesse alle diverse dimensioni aziendali.
- **Le aziende manifatturiere nei comparti del tessile e abbigliamento dimostrano il più alto presidio della sostenibilità nella filiera italiana**, con valori crescenti all'aumentare delle dimensioni, mentre pelle, maglieria e calzaturiero sono più indietro, soprattutto tra le aziende più piccole. Le grandi, in particolare quelle con un fatturato superiore a €80 milioni, mostrano un presidio di sostenibilità più solido in tutti i segmenti analizzati.
- **Nel 2024, la mancanza di competenze ha rappresentato il principale freno al presidio della sostenibilità lungo la filiera**: le aziende prive di skills tendono ad avere presidi più deboli e performance peggiori. Al contrario, la **presenza di una figura dedicata di sostenibilità o il ricorso a audit, formazione e programmi di sensibilizzazione da parte dei clienti** sembrano aumentare il presidio, evidenziando il ruolo cruciale delle pressioni esterne.
- **Il 96% delle grandi aziende ha segnalato un incremento del controllo da parte delle istituzioni finanziarie**. Anche le piccole aziende, con fatturati tra i 5 e i 50 milioni di euro, hanno visto un aumento dell'attenzione da parte delle banche, con un passaggio dal 44% al 53%. Significativamente, il 70% delle aziende sottoposte a questo tipo di controllo ha implementato strategie di sostenibilità, evidenziando come le pressioni finanziarie stiano incentivando l'adozione di pratiche sostenibili.
- L'indebitamento è un ulteriore ostacolo per le aziende della filiera, in particolare per le PMI. **Circa 1/3 degli investimenti nel settore moda è finanziato tramite fonti esterne**, con picchi per le piccole (54%). Le PMI impiegano circa 3 volte più tempo delle grandi imprese per ripagare i propri debiti, mentre nel settore conciario i tempi di rimborso sono ancora più lunghi: 34 mesi per le piccole imprese e 20 mesi per le medie¹⁹.

¹⁸Elaborazione TEHA su dati proprietary - 2024 Italian Supply Chain ESG assessment results, based on 373 respondents.

¹⁹ Elaborazione TEHA su Bureau Vad Dijk AIDA (2024)

6. Secondo i consumatori, le imprese e i cittadini stanno già facendo abbastanza, mentre spetta ai governi la responsabilità del cambiamento.

Se il settore non investirà abbastanza, i consumatori europei potrebbero dover rinunciare a 21 capi di abbigliamento pro capite entro il 2030. Inoltre, anche se il second-hand può essere visto come un'alternativa sostenibile al fast fashion, i suoi benefici sono ridotti dall'effetto rebound: per ogni acquisto di capi nuovi evitato, se ne acquistano in media 1,23 usati. Secondo i consumatori globali, i governi sono i principali attori le cui azioni in tema ambientale risultano insufficienti. In Europa, in particolare tra i giovani, c'è una crescente consapevolezza che la sostenibilità comporta costi e sacrifici. Tuttavia, questo non sembra tradursi in un'azione adeguata.



Evidenze chiave²⁰

- **Il costo rappresenta il principale ostacolo alla moda sostenibile tra tutte le generazioni**, con la Generazione Z particolarmente penalizzata a causa delle risorse finanziarie limitate. **Per i Boomers**, invece, **l'eccessiva complessità delle informazioni** sulla sostenibilità costituisce una barriera significativa. **Anche i consumatori più istruiti lamentano una barriera informativa**, poiché le informazioni disponibili risultano spesso insufficienti rispetto alle aspettative.
- **I governi sono considerati i principali responsabili dell'azione climatica, soprattutto nell'APAC²¹**. In questa regione, così come negli Stati Uniti, anche i consumatori sono ritenuti responsabili, sebbene qui si osserva una minore percezione di azioni concrete da parte dei singoli. Nell'UE, invece, i consumatori ritengono che le aziende e loro stessi stiano già facendo la propria parte nella lotta al cambiamento climatico; spesso addirittura ritengono di fare più del necessario.
- **I consumatori con un livello di istruzione e risorse finanziarie maggiori sono più inclini a scegliere e rimanere fedeli a brand con un impatto ambientale o sociale positivo**. Al contrario, coloro con un reddito o un livello di istruzione inferiore tendono a non esserne consapevoli o ad essere meno fidelizzati verso brand sostenibili, probabilmente a causa dei costi più elevati associati ai prodotti.
- **La maggior parte dei consumatori adotta una posizione neutrale riguardo agli sforzi di sostenibilità dei brand**, suggerendo che queste tematiche non vengono percepite come particolarmente urgenti. I consumatori europei, tuttavia, risultano leggermente più critici rispetto a quelli dell'APAC, soprattutto per questioni legate all'inquinamento e alle emissioni di CO₂. Inoltre, sono più attenti alle condizioni di lavoro e più sensibili sui temi sociali rispetto a quelli ambientali. **I brand non sono considerati del tutto responsabili delle questioni ambientali o sociali**, e non sono così chiamati ad affrontare tali sfide.
- **Nelle scelte di consumo è osservabile un effetto rebound**, in particolare per quanto riguarda l'acquisto di capi usati. Questo fenomeno si manifesta quando i benefici di una scelta sostenibile vengono annullati da un aumento dei consumi in altri ambiti. In particolare, i dati mostrano che, **per ogni capo nuovo evitato grazie all'acquisto di seconda mano, i consumatori finiscono per acquistare 1,23 capi usati²²**.

²⁰ Elaborazione TEHA su dati Kantar - Sustainability Sector Index 2023, 26,018 respondents

²¹ Regione Asia-Pacifico

²² Elaborazione TEHA su Ciechelska A. et al., Circular Economy Rebound Effect in the context of second-hand clothing consumption (2023)

REIMAGINE FASHION INDUSTRY

In un mercato non sostenibile, nessuna azienda può prosperare

Né i mercati né le istituzioni hanno ancora raggiunto il ritmo richiesto per una Just Transition. Si prevede che la crescita annuale delle economie OCSE calerà di quasi il 30% entro il 2060, arrivando all'1,3%, principalmente a causa del declino della popolazione in età lavorativa, con un impatto significativo anche sui Paesi emergenti del G20²³. Allo stesso tempo, il 2023 è stato l'anno più caldo di sempre e gli scienziati avvertono che, senza un'azione immediata, la maggior parte dei rischi climatici potrebbe raggiungere livelli critici o catastrofici entro la fine del secolo, soprattutto nell'Europa meridionale. Le sole perdite economiche dovute alle inondazioni costiere potrebbero superare i €1.000 miliardi l'anno²⁴. Questa transizione potrebbe però generare notevoli benefici economici. Secondo le proiezioni, l'adozione di politiche a zero emissioni potrebbe comportare una crescita del PIL globale del 7% rispetto ai livelli previsti in caso di inazione²⁵.

In questo contesto, **senza cambiamenti strutturali, non pare realistico che uno di questi due protagonisti riesca a “piegare la curva” da solo**, proteggendo le fondamenta sociali e ambientali su cui si basano la società e le imprese. È quindi importante evidenziare, oggi, tre punti chiave:

- **i mercati e i sistemi di prezzi non incentivano la sostenibilità.** Al contrario, viene spesso percepita come un investimento poco redditizio, motivato principalmente da ragioni etiche o di compliance;
- **la regolamentazione da sola non sarà sufficiente per accelerare.** Anzi, potrebbe spingere le aziende verso un approccio orientato più alla rendicontazione che al miglioramento delle performance.
- **i costi della transizione non possono essere valutati da soli.** Piuttosto, i costi dell'azione dovrebbero essere misurati e confrontati nel lungo periodo con i costi dell'inazione, che nel caso del cambiamento climatico possono essere difficili da gestire.

Proposte per una Just Fashion Transition europea al 2030

Per le Istituzioni

- I. Chiudere in fretta il gap regolatorio**
Esercitare pressione a livello europeo per accelerare la finalizzazione degli schemi regolatori, al fine di creare le condizioni per le aziende per prendere decisioni di medio-lungo periodo.

- II. Semplificare gli strumenti finanziari per le PMI**
Semplificare il fardello burocratico per le PMI, mettendole nelle condizioni di investire in sostenibilità fornendo loro un accesso facilitato al credito e offrendo delle condivisioni favorevoli.

- V. Concentrare il mercato per aumentare la competitività**
Alimentare il processo di concentrazione del mercato, specialmente tra le PMI, per aumentare la produttività e la capacità di investimento, anche attraverso agevolazioni fiscali e nell'accesso al credito, ma anche finanziamenti pubblici.

Per gli attori del settore

- III. Spingere competenze e R&S**
Costruire e diffondere a livello nazionale competenze e centri di competenza, coinvolgendo università e ricerca per testare soluzioni scalabili, sviluppando iniziative per diffondere tra le PMI le competenze necessarie per la transizione e creare una forza lavoro a prova di futuro.

- IV. Promuovere dei Piani Industriali Nazionali del Fashion**
Sviluppare un piano strategico nazionale per identificare modalità per integrare i costi della sostenibilità nelle strutture di prezzo – facilitando l'eradicazione del caporalato, così come la condivisione di tempi, metodi e strumenti per combinare finanziamenti pubblici e privati.

Per ulteriori informazioni, per favore, contattare il Responsabile dei contenuti Carlo Cici (TEHA Partner & Head of Sustainability) a carlo.cici@ambrosetti.eu.

²³ OCSE, Scenari a lungo termine: incorporare la transizione energetica (2023)

²⁴ Agenzia europea dell'ambiente: Valutazione del rischio climatico europeo 2024 (2024)

²⁵ Fondo Monetario Internazionale: I benefici dell'accelerazione della transizione climatica superano i costi (2023)

WITH THE CONTRIBUTION OF



CAMERA DI COMMERCIO
VENEZIA ROVIGO

WITH THE PATRONAGE OF



DIAMOND PARTNERS

alperia

db group
YOUR GLOBAL
FORWARDING PARTNER

DNV



Give Back Beauty

GT GreenbergTraurig
Santa Maria

LEAF
LUXURY Ethical
and F

physis
SUSTAINABILITY FOR LUXURY

UniCredit

UniSalute
SPECIALISTI NELLA SCELTA DELLA SALUTE

PLATINUM PARTNERS

**GRUPPO
MASTROTTO**

NiCE
FOOTWEAR
SHOE TRENDS ARCHITECTS.

PARTNERS

ACIAMT
ALLIAN TEXTILE MACHINERY

assomac

CLERICI TESSUTO

deda.stealth
POWERING YOUR FASHION JOURNEY



KMODA

MTWH
THE TRENDS WATER GROUP

PATTERN
GROUP



VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM

CO-FOUNDED BY

SISTEMA MODA ITALIA
smi
FEDERAZIONE TESSILE E MODA

**The European House
Ambrosetti**

**CONFINDUSTRIA
VENETO EST**
Area Metropolitana
Venezia Padova Rovigo Treviso

**VENICE
SUSTAINABLE**
fashion