

2nd EDITION

VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM

OCTOBER 26 and 27, 2023

VENICE, FONDAZIONE GIORGIO CINI



JUST FASHION TRANSITION 2023



WITH THE CONTRIBUTION OF



SIDE EVENT



MEDIA PARTNER



DIAMOND PARTNERS



PLATINUM PARTNERS



PARTNERS



Studio realizzato da The European House - Ambrosetti. I contenuti di questo report sono di proprietà esclusiva di The European House - Ambrosetti. © 2023 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Il presente documento è di proprietà di The European House - Ambrosetti S.p.A. Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta senza l'esplicito consenso per iscritto di The European House - Ambrosetti S.p.A.

VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM 2023

Venice Sustainable Fashion Forum 2023 è un’iniziativa unica e distintiva, concepita, progettata e realizzata grazie allo sforzo congiunto di tre partner: **Sistema Moda Italia**, **The European House-Ambrosetti** e **Confindustria Veneto Est**.

Il Forum rappresenta il principale evento annuale sulla sostenibilità nell’industria della Moda. Quest’anno, per la **seconda edizione**, 21 partner hanno contribuito all’iniziativa abbracciandone valori e obiettivi e riconoscendo la necessità di avviare un serio dibattito sul tema, che conduca a una transizione concreta e giusta.

Il progresso, le sfide e le opportunità connesse alla trasformazione sostenibile del settore sono stati incorporati nello **studio strategico** Just Fashion Transition, che sarà presentato nel corso dell’evento come base comune per il dialogo e lo sviluppo di soluzioni condivise.

THE EUROPEAN HOUSE – AMBROSETTI

The European House - Ambrosetti è un gruppo professionale di circa 300 professionisti. Fondata nel 1965, il Gruppo ha sede a Milano e si avvale di una rete di uffici all’estero in Europa e in tutto il mondo. The European House-Ambrosetti può anche contare su numerose alleanze strategiche e una rete esterna di consulenti accreditati a livello internazionale.

Dal 2013, The European House - Ambrosetti è stata nominata - nella categoria Migliori Think Tank Privati - come 1° think tank in Italia, 4° nell’Unione Europea e tra i più rispettati istituti indipendenti su 11.175 a livello globale (fonte: “Global Go To Think Tanks Report” dell’Università della Pennsylvania).

Inoltre, per il terzo anno consecutivo, nel 2023 The European House-Ambrosetti è stata inclusa dal Top Employer Institute tra i 114 Migliori Datori di Lavoro in Italia.



JUST FASHION TRANSITION 2023: EXECUTIVE SUMMARY

OBIETTIVI E FONTI DELLO STUDIO

Lo studio evidenzia le **sfide** e le **opportunità** insite nella transizione sostenibile della catena del valore della moda, rivolgendo **8 raccomandazioni** a istituzioni e attori chiave per promuovere una transizione che non sia solo sostenibile ma anche giusta e capace di bilanciare interessi e aspettative dei diversi stakeholder coinvolti, senza lasciare nessuno indietro.

Le fonti e i dati su cui poggia lo studio



>2,800

aziende della catena di fornitura analizzate, di cui 243 per il valore aggiunto

374

aziende della catena di fornitura valutate con un questionario di sostenibilità

100

principali aziende europee valutate in base al presidio e alle performance di sostenibilità

32

società valutate da S&P CSA e Sustainalytics con riferimenti incrociati



30

retailers analizzati



21

industry leaders intervistati



>150

Articoli, report e database consultati



32

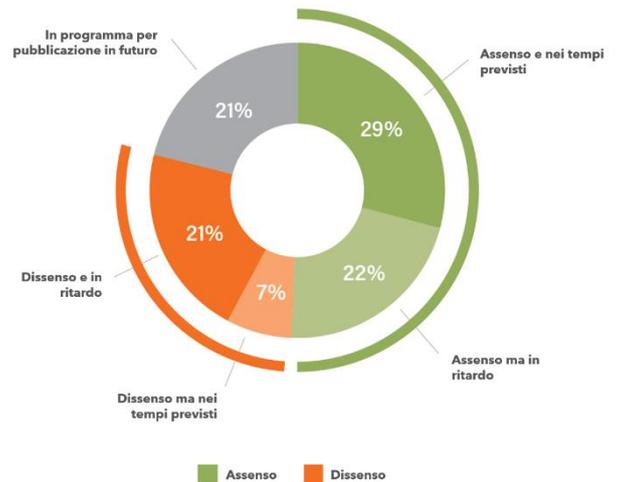
misure/quadri politici analizzati

I RISULTATI DELLO STUDIO STRATEGICO

Le 5 trame di scenario della Just Fashion Transition

1. Mentre la **pressione normativa** sulla sostenibilità cresce a livello globale, l'Unione Europea e gli Stati Uniti propongono soluzioni divergenti per raggiungere i propri obiettivi climatici, preparando il terreno per una nuova sfida competitiva. Tuttavia, l'intensa spinta normativa impressa dall'Europa provoca reazioni contrastanti tra gli Stati Membri, che ancora dissentono circa sul 30% delle azioni previste dalla Strategy for Sustainable and Circular Textiles.

Stato di avanzamento e livello di accordo sulla legislazione ESG europea sul settore tessile e della pelle



Evidenze chiave

- Con il **Green Deal Industrial Plan** e l'**Inflation Reduction Act**, UE e USA hanno proposto due ricette divergenti per raggiungere i propri obiettivi climatici – regolamentazione vs. incentivi – aprendo la strada a una nuova sfida competitiva¹.
- A marzo 2022, la Commissione Europea ha svelato la **“EU Textile Strategy”**, una massiccia iniziativa mirata a stabilire un quadro di riferimento e una visione comuni per la transizione del settore tessile, che ha incontrato diversi ostacoli durante la sua gestazione. Su **14 principali azioni legislative** presentate, sembra che solo il **51%** abbia riscosso consenso, mentre un altro **28% registra un dissenso con ritardi in ¾ dei casi** – o connessi alle difficoltà incontrate durante i triloghi o all'influenza esercitata da gruppi di pressione.
- La nuova proposta di Regolamento sull'Ecodesign rappresenta la pietra angolare della strategia UE², in quanto stabilisce un quadro di riferimento in materia di requisiti di progettazione per specifiche categorie di prodotto, con lo scopo di migliorarne significativamente circolarità, efficienza energetica e impatto ambientale. Tuttavia, un'analisi d'impatto preliminare effettuata su specifiche categorie di prodotto non offre risultati incoraggianti: l'applicazione dei principi di ecodesign alle magliette 100% cotone comporterebbe solo un taglio di circa **3,51 milioni di tonnellate CO₂eq** pari solo allo 0,3% dell'impronta annuale di carbonio europea³.
- La strategia EU include anche una nuova Direttiva per contrastare gli impatti negativi connessi alla spedizione dei rifiuti in Paesi terzi. Oggi, il **fashion** si distingue come il settore con il **maggior volume di rifiuti esportati verso Paesi non-OCSE** (93,5% del totale)⁴ un quantitativo che, solo in Europa, è **quintuplicato negli ultimi 20 anni**, raggiungendo **1,7**

¹ U.S. Department of Labour, 2022, European Commission, 2023 and Credit Suisse, Goldman Sachs and the Brookings Institution, 2023.

² European Union, Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR)

³ European Union, Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR); (2) The European House – Ambrosetti elaboration of European Commission, 2022 and European Environmental Bureau, 2022.

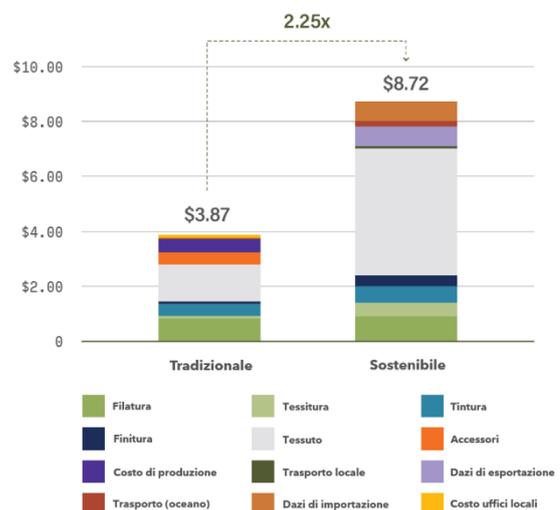
⁴ European Parliament, (2023)

milioni di tonnellate⁵. La proposta europea si propone quindi un duplice obiettivo: razionalizzare il processo di spedizione rifiuti all'interno dell'Unione per scopi legati a riuso o riciclo e garantire che i rifiuti spediti fuori dai confini UE siano gestiti in modo sostenibile⁶. Tuttavia, tale misura rischia di **trascurare il problema della dissimulazione dei rifiuti come merci usate**, in quanto rimanda la definizione di criteri per distinguere i tessuti usati dai rifiuti a futuri atti delegati integrativi⁷.

- Con **5 nuove proposte legislative basate sul controllo doganale delle importazioni** (Spedizione Rifiuti, Bando ai Prodotti da Lavoro Forzato e Ecodesign su Prodotti Sostenibili, e Meccanismo di Adeguamento del Carbonio alle Frontiere e il Regolamento sulla Deforestazione), in Europa, il carico di lavoro connesso al settore Moda per le dogane oggi 5,25% del totale) è destinato ad aumentare in modo significativo⁸.
- La gestione dei controlli frontalieri è già oggi complessa: i quasi 1.870 uffici delle dogane e più di 82.431 lavoratori attivi controllano 1,11 miliardi di colli ogni anno⁹, con **sostanziali disparità tra Paesi UE – in alcuni casi i controlli sono effettuati sull'1% delle importazioni, mentre in altri si spingono fino al 60%**¹⁰. Per ovviare a questi squilibri, a maggio 2023, la Commissione ha proposto una riforma dell'Unione Doganale con lo scopo di razionalizzare le procedure per le aziende, rimpiazzando le dichiarazioni tradizionali con un approccio basato sui dati per la vigilanza sull'import¹¹.

2. Produrre un **capo sostenibile** sembra essere 2 volte più costoso rispetto uno tradizionale ma promette una marginalità fino a 4 volte superiore. Tuttavia, in un contesto in cui la spesa pro capite dei consumatori europei è scesa per la prima volta dal 2008 sotto i €700, mentre il prezzo dell'energia è cresciuto molto più in fretta di quanto non abbiano fatto quelli delle materie prime, dei produttori e al consumo, i margini rappresentano un fattore chiave per determinare la prontezza delle aziende a sobbarcarsi i costi di una transizione sostenibile della produzione.

Costi della produzione tradizionale e sostenibile a confronto



⁵ European Environment Agency, 2023

⁶ Commission proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on shipments of waste and amending Regulation (EU) No 1257/2013 and (EU) No 2020/1056, COM(2021) 709

⁷ The Or Foundation, 2023

⁸ Waste Shipments Regulation Proposal, Proposal for Ecodesign for Sustainable Products Regulation, Carbon Border Adjustment Mechanism Regulation, Regulation on Prohibition of Deforestation, Prohibition of Forced Labour Regulation

⁹ European Commission, (2023)

¹⁰ European Court of Auditors (2017)

¹¹ European Court of Auditors (2017)

Evidenze chiave

- Il **costo medio di produzione** di una **maglietta tradizionale in cotone** ammonta a circa **\$3,87**. Il capo viene poi rivenduto al consumatore ad un **prezzo di circa 2 volte superiore** (fino a \$8). Casi studio mostrano invece che produrre una **maglietta in cotone etico da commercio equo e solidale** possa **costare fino a \$8,72** con un prezzo al dettaglio di circa \$36 – **quattro volte superiore al costo di produzione**¹².
- Le aziende sembrano trovarsi di fronte a un bivio strategico: provare a trasferire i costi al mercato, aumentando i prezzi, oppure internalizzarli almeno parzialmente erodendo i margini. La risposta deve tenere in considerazione il fatto che, tra il 2019 e il 2021, **la spesa media pro capite dei consumatori UE è crollata del 13%, raggiungendo i €662** e suggerendo una scarsissima propensione ad assorbire un potenziale aumento quadruplo dei prezzi¹³.
- Dall'inizio del 2022, **i costi dell'energia si sono innalzati vertiginosamente, con picchi di oltre +20 p.p. per la manifattura tessile** che hanno ridotto in modo sensibile i margini. Mentre la crisi si ripercuoteva sull'intera filiera, gli impatti più evidenti si sono manifestati sui **filatori**, che consumano grandi quantità di energia elettrica, e sui **tintori** di tessuti, che utilizzano serbatoi di acqua alimentati a gas ed essiccatori industriali altamente energivori¹⁴.
- **L'instabilità geopolitica** e le **interruzioni della catena di fornitura** sono tra i principali fattori che hanno innescato l'aumento dei prezzi delle materie prime nell'industria della moda. Ad essere più colpiti, nel maggio 2022, sono stati i **prezzi di materie prime** quali **cotone (+88%)** e **poliestere (+45%)**, con impatti rilevanti soprattutto sulle le aziende a monte della filiera tessile¹⁵.
- In questo scenario, le aziende che vantano margini più consistenti sembrano essere meglio attrezzate per mettere sul mercato prodotti sostenibili a prezzi accessibili per tutti. Oggi, **lusso e high-premium** rimangono i segmenti di mercato con i **margini più elevati** (25% e 18%, rispettivamente). Eppure, guardando alla **crescita nel triennio 2019-21**, è il **mercato di massa** ad essersi distinto per rapidità (**+3 p.p.**), avvicinandosi alle performance dei segmenti più profittevoli. Sfide più complesse potrebbero invece attendere le **aziende mid-premium** i cui margini sono più modesti (9%) e crescono a un ritmo più lento (+1% nel triennio) rispetto al resto del mercato¹⁶.

¹² The European House - Ambrosetti elaboration on Sustainably Chic, True Cost Series | Why Does A Sustainable T-Shirt Cost \$36? (2023) and R. Hasan, et al., 2020

¹³ The European House-Ambrosetti elaboration of Eurostat: Final consumption expenditure of households by consumption purpose (2023)

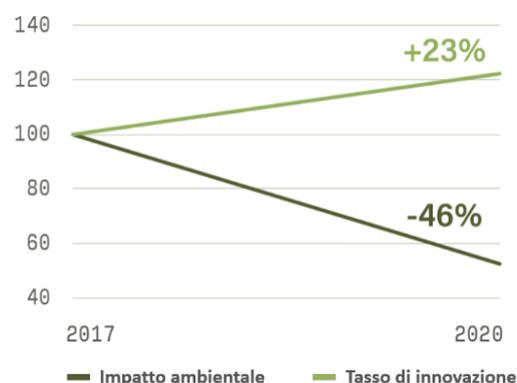
¹⁴ The European House - Ambrosetti elaboration on Bcome, Sustainability Handbook for Resilient Fashion Business 2023 (2022) and The Wall Street Journal, Stacy Meichtry, Jenny Strasburg: Fashion Industry Gets Torn by Europe's Soaring Energy Bills (2022)

¹⁵ The European House - Ambrosetti elaboration on Bcome, Sustainability Handbook for Resilient Fashion Business 2023 (2022) and The Wall Street Journal, Stacy Meichtry, Jenny Strasburg: Fashion Industry Gets Torn by Europe's Soaring Energy Bills (2022)

¹⁶ The European House - Ambrosetti elaboration on all latest balance sheets publicly available information from largest EU companies

3. La “fibra sostenibile” non esiste. Il **profilo ambientale** delle fibre varia significativamente a seconda dell’hotspot d’impatto ambientale considerato, siano esse vegetali, sintetiche o artificiali. Al netto delle caratteristiche peculiari di ciascun materiale, in Europa, l’impronta ambientale dei prodotti tessili sembra calata in media del 46,3% in 4 anni, a fronte di uno sviluppo tecnologico che nel settore è progredito del 23,3%.

Impatti ambientali e tasso di innovazione nel settore tessile UE



Evidenze chiave

- Circa il **70% delle fibre** utilizzate per confezionare abiti e tessuti da arredamento sono **sintetiche** (es. poliestere e nylon). Mentre le fibre naturali sono comunemente percepite come più “rispettose dell’ambiente” in quanto rinnovabili e biodegradabili, i dati testimoniano che, in alcuni casi, possono esercitare impatti ambientali maggiori rispetto alle alternative sintetiche o artificiali. Il cotone ne è un esempio, dal momento che rappresenta una delle fibre in grado di esercitare gli impatti più significativi in termini di utilizzo di risorse quali terreno, acqua e minerali, ma anche di eutrofizzazione degli ecosistemi dovuta all’uso di prodotti chimici¹⁷.
- Nel 2020, i Paesi **UE-27** hanno importato oltre 8,7 milioni di tonnellate di materiale tessile e hanno prodotto **6,9 milioni di tonnellate di prodotti tessili finiti**. Le attività riconducibili a produzioni tessili hanno prodotto **emissioni per 121 milioni di tonnellate di CO₂eq**, usando **175 milioni di tonnellate di materie prime vergini**, consumando **24.000 milioni di m³ di acqua** e occupando **180.000 km² di terreno** – circa 400 m² per persona¹⁸.
- I dati raccolti dall’Agenzia Europea per l’Ambiente sull’impronta ambientale del tessile tra il 2017 e il 2020 mostrano come **l’impatto ambientale unitario dei prodotti tessili domestici possa essere diminuito del 46,3% in soli 4 anni**. Nonostante sia opportuno segnalare come, nel tempo, le metodologie di calcolo siano state aggiornate a discapito di una piena **comparabilità** tra le performance, è bene evidenziare come si tratti di una variazione estremamente significativa¹⁹.
- Sempre tra il 2017 e il 2020, lo **sviluppo tecnologico** nel settore Moda è **avanzato del 23,3%** principalmente trainato dall’incremento di **brevetti depositati**²⁰. In questo contesto, le nuove tecnologie, come ad esempio il tracciamento intelligente dei consumi

¹⁷ European Environmental Agency, Plastic in textiles: towards a circular economy for synthetic textiles in Europe (2021) and European Environmental Agency, The role of bio-based textile fibres in a circular and sustainable textiles system (2023)

¹⁸ (1) The European House - Ambrosetti elaboration on European Environmental Agency, Textiles and the environment: the role of design in Europe’s circular economy (2023); Eurostat Exiobase database (2020); European Parliament, Textiles and Environment (2022).

¹⁹ The European House - Ambrosetti Elaboration on European Environment Agency, Plastic in textiles: towards a circular economy for synthetic textiles in Europe (2021), European Environment Agency, Textiles and the environment: the role of design in Europe’s circular economy (2023)

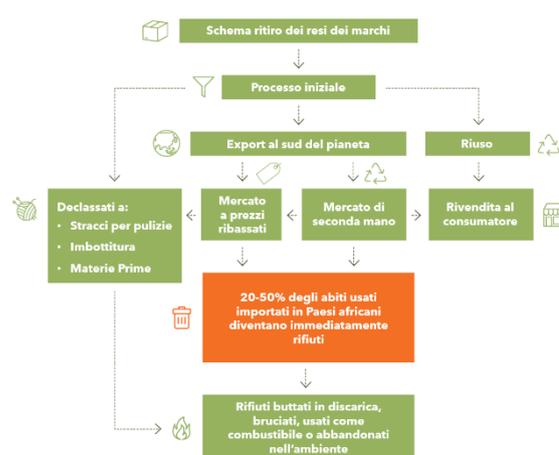
²⁰ The European House - Ambrosetti Elaboration EPO and Statista Data (2023)

di acqua ed energia elettrica, la progettazione 3D assistita da IA e l'analisi dati per gestire la produzione stanno diventando fondamentali per la transizione sostenibile del settore²¹.

- A fronte di prospettive di crescita che indicano una **domanda destinata a raddoppiare entro il 2025**, la crescente consapevolezza delle aziende sul ruolo chiave della tecnologia è resa evidente dall'**incremento atteso negli investimenti in innovazione tecnologica** – dal +1,7% del 2021 al **+3,5% nel 2030**²².

4. La **consapevolezza** dei consumatori sull'importanza della sostenibilità sta crescendo, ma la scarsa disponibilità di prodotti e la carenza di informazioni rimangono le principali barriere allo shopping sostenibile. Anche al momento dell'acquisto, sembra che le persone non siano sempre pronte a fare ciò che dicono: il 60% dei consumatori dichiara di considerare la sostenibilità come un valore guida ma, ancora oggi, 1 prodotto acquistato online su 3 viene restituito, ed è spesso destinato a finire in discarica in un Paese africano.

Il flusso dei sistemi di ritiro e gestione dei resi



Evidenze chiave

- Il **58% dei consumatori** globali afferma che avere un **impatto sulla sostenibilità della moda** sia personalmente importante ma, indipendentemente dalla generazione d'appartenenza, tutti riconoscono nella **carenza di prodotti e collezioni** la principale ragione che li spinge ad acquistare raramente abbigliamento sostenibile nei negozi di fiducia. **Gli acquirenti più giovani** indicano tra gli ostacoli più rilevanti anche il **prezzo elevato** – forse, la ragione che li spinge ad essere tra i principali consumatori di fast-fashion al mondo²³. Anche la conoscenza limitata in materia di sostenibilità rappresenta un potenziale freno alla transizione: in Europa, circa il **50% delle persone dichiara di non essere sufficientemente informato** sull'argomento²⁴.
- La distinzione tra brand o prodotti sostenibili e non, rimane una barriera significativa per molti. **Un terzo dei Baby Boomer e della Generazione Silente** (nati tra il 1928 e 1945) dichiara **difficoltà a trovare informazioni relative alla sostenibilità**. Al contrario, solo il 20% della Gen Z e dei Millennials (Gen Y) lamenta lo stesso problema²⁵.

²¹ European Commission, Advanced Technologies for Industry – Sectoral Watch (2020)

²² McKinsey, The State of Fashion technology (2022)

²³ ThredUp, Gen Z Fast Fashion Report, (2022)

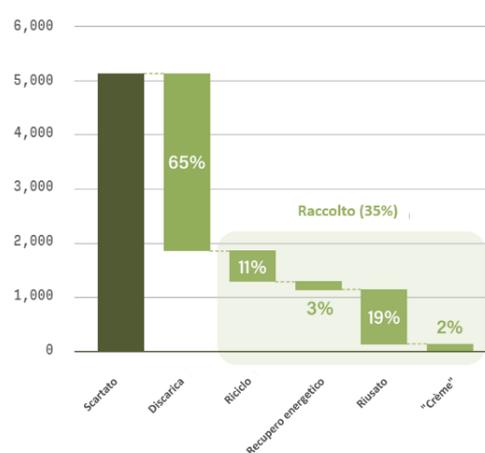
²⁴ Institut français de la mode, Fashion markets in Europe and the United States: towards sustainable consumption? (2019)

²⁵ Bain & Company, How Brands Can Embrace the Sustainable Fashion Opportunity (2022)

- Il divario informativo è dimostrato per esempio dal fatto che circa il **30% degli acquisti online viene restituito**, e che **il 70% di questi resi è dovuto a “cambi di idee”**, complici anche piattaforme di pagamento che permettono ai consumatori di saldare i conti fino a 30 giorni dopo l’acquisto. Ad ogni modo, la maggior parte dei consumatori sembra rimanere non consapevole delle ripercussioni ambientali di tali comportamenti, come per esempio il fatto che una grande quantità di questi capi “indesiderati” sia conferita in discarica anzi che rimessa sul mercato, in quanto economicamente più vantaggioso^{26,27,28}.
- Un’indagine condotta tra agosto 2022 e luglio 2023 ha permesso di tracciare le destinazioni dei capi oggetto di reso e di segmentarle in: rivenduto ai consumatori, declassato, perso durante il ciclo di vita di seconda mano, oppure **spedito in Africa, dove più del 50% dei vestiti usati diventa immediatamente rifiuto**²⁹.

5. I consumatori UE producono 5,2 milioni di tonnellate di rifiuti tessili ogni anno. **Riciclo e riuso** sono due possibili leve d’azione ma ognuna porta con sé limiti tecnologici e impatti ambientali che devono essere opportunamente gestiti. In questo contesto, il mercato del lusso di **seconda mano** è cresciuto del 28% solo nel 2022, attirando più di \$2,5 miliardi di investimenti e \$8 miliardi di M&A tra il 2021 e il 2023.

Volumi di rifiuti tessili EU e composizione per destinazione



Evidenze chiave

- Le stime sui rifiuti tessili prodotti annualmente in Europa variano dai 5,2 milioni di tonnellate ai 7,5 milioni di tonnellate – pari a circa **26 miliardi di capi di abbigliamento** con una crescita del 20% prevista al 2030³⁰. Più del 60% dei prodotti tessili gettati sono composti da fibre sintetiche come il poliestere³¹. In media, su **35 articoli tessili buttati ogni anno da un cittadino europeo, 3 vengono riciclati e meno di 1 viene riutilizzato nel mercato domestico**³².
- **L’industria europea del riciclo di materiali tessili** vale più di \$4,6 miliardi, pari al **29,6% del valore complessivo a livello globale**³³, ed è in grado di gestire più del 32% dei rifiuti tessili generati annualmente nel continente (circa 700.000 tonnellate)^{34,35}. In questo

²⁶ The New Yorker, What Happens to All the Stuff We Return? (2023)

²⁷ BBC Earth, Your brand new returns end up in landfill

²⁸ The Guardian, Buy. Return. Repeat ... What really happens when we send back unwanted clothes? (2023)

²⁹ The European House-Ambrosetti elaboration of Changing markets, Tack-back trickery: an investigation into clothing take-back schemes (2023)

³⁰ The European House - Ambrosetti elaboration on various sources

³¹ The European House - Ambrosetti Elaboration on European Commission. Circular economy for textiles: taking responsibility to reduce, reuse and recycle textile waste and boosting markets for used textiles (2023)

³² The European House - Ambrosetti Elaboration on European Commission. Circular economy for textiles: taking responsibility to reduce, reuse and recycle textile waste and boosting markets for used textiles (2023)

³³ Textile Recycling Market Size & Share - Global Report (2023)

³⁴ European Commission. Circular economy for textiles: taking responsibility to reduce, reuse and recycle textile waste and boosting markets for used textiles (2023)

³⁵ Swedish Environmental Research Institute, Sustainable clothing futures (2023)

contesto, considerata la crescente concentrazione di capi sintetici sul mercato europeo, **il riciclo rappresenta una soluzione sempre più promettente**, che grazie agli investimenti già oggi pianificati potrà raggiungere una capacità di circa **1,3 milioni di tonnellate di rifiuti gestiti entro il 2025** in Europa (1 milione di tonnellate attraverso il riciclo meccanico e 250.000 tonnellate attraverso il riciclo chimico)³⁶.

- Le principali **sfide** per la diffusione del riciclo su larga scala sono connesse all'attività di **selezione manuale**, con una capacità di gestione che raggiunge volumi orari di prodotto pari a circa 100-150 kg. In aggiunta, il **riciclo meccanico** è associato a problemi quali il **degrado della qualità della fibra**, la complessità di effettuare una cernita dei capi in base a colori e materiali e la difficoltà di eliminare le componenti non riciclabili come le zip. Il riciclo chimico, d'altro canto, richiede **flussi molto consistenti di materiale** per raggiungere un adeguato livello di efficienza e grandi quantità di energia per ottenere prodotti di qualità elevata³⁷.
- **Il riuso consente di evitare fino al 97% delle emissioni di CO₂ e di ridurre del 99% il consumo di acqua** rispetto al riciclo chimico. Eppure, i dati evidenziano come i benefici ambientali del riuso siano direttamente correlati alla qualità dei capi immessi nel processo e la misura con cui il loro acquisto può effettivamente sostituire l'acquisto di un capo nuovo. Al calare della qualità dei capi, diminuiscono i benefici ambientali - fino a casi limite come le magliette 100% poliestere, il cui riciclo sembra associato performance ambientali migliori rispetto al riuso, complice la rapidità di degrado dei materiali del capo che lo rende difficilmente inseribile in circuiti di second-hand³⁸.
- **Il mercato del lusso di seconda mano, che nel 2018 valeva \$24 miliardi**, sembra essere cresciuto rapidamente, con un **aumento del 28% nel 2022**³⁹. Negli ultimi 3 anni, per catturare quote di mercato crescenti, i principali player sono intervenuti con investimenti, fusioni e acquisizioni. Gli investimenti sono stati orientati principalmente verso la creazione di marketplace per la rivendita o il noleggio dei capi di lusso usati, l'e-commerce, lo sviluppo tecnologico, l'integrazione di servizi di autenticazione e le attività di venture capital⁴⁰. I 15 investimenti tracciati nel 2023 sul mercato secondario avevano un valore complessivo di **\$362 milioni**. Nel 2022, sono stati effettuati 12 investimenti focalizzati sul resale per un valore di \$249 milioni e sono stati stipulati **accordi di fusione e acquisizione per \$3 miliardi**. Nel 2021, i 14 investimenti focalizzati sul resale hanno superato i \$2 miliardi, accompagnati da **\$5 miliardi in accordi di fusione e acquisizione**.

³⁶ Textile Technology, Current challenges and solutions for the recycling of (mixed) synthetic textiles (2022)

³⁷ Swedish Environmental Research Institute, Sustainable clothing futures (2023) and Kuyichi, Mechanical vs chemical recycling

³⁸ The European House-Ambrosetti Elaboration on EuRIC, the European Federation of Recycling Industries, LCA-based assessment of the management of European used textiles granted by Humana People to People Italia (2023).

³⁹ Boston Consulting Group, What an Accelerating Secondhand Market Means for Fashion Brands and Retailers (2022)

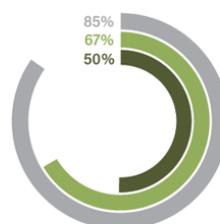
⁴⁰ The European House Ambrosetti, Elaboration on The Fashion Law Data, A Running Timeline of Resale Funding and M&A (2023)

Le 3 risposte delle aziende per accelerare la Just Fashion Transition

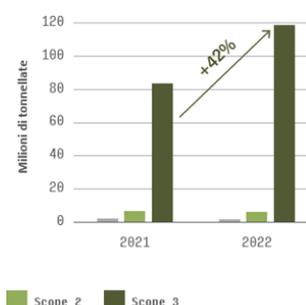
6. **Le aziende globali** stanno lanciando un chiaro segnale di cambiamento, seppure rimangono alcuni ostacoli da superare. 10 anni dopo il Rana Plaza, i lavoratori del settore sono ancora sfruttati: meno del 2% di questi riceve un salario di sussistenza e le condizioni di lavoro nei Paesi a rischio sembrano essere tornate a peggiorare. Nel frattempo, l'attenzione verso il clima cresce

in fretta: in un solo anno, è raddoppiato il numero di aziende certificate CDP che rendicontano le proprie emissioni, ma sono anche aumentati del 42% i valori complessivi delle emissioni indirette (scopo 3) – complice probabilmente una maggior sensibilità delle metodologie di calcolo. I retailer globali, in particolare, si sono dotati di obiettivi di decarbonizzazione sfidanti, che oggi coprono oltre l'87% delle loro emissioni di scopo 3. In un contesto in cui il legame tra performance ESG e sistemi di remunerazione non è ancora ben delineato, il rischio greenwashing rimane elevato ma non sembra avere ripercussioni economiche dirette, dal momento che oggi nessuna delle 28 dispute ESG mappate nel settore a livello globale sembra aver comportato sanzioni per le aziende dovute ad affermazioni fuorvianti.

Quota di disclosure CDP tra 311 aziende del settore fashion



Variazione delle emissioni tra le aziende fashion certificate CDP



Evidenze chiave

- Dopo il **crollo al Rana Plaza** i controlli sulla catena di fornitura e sulle condizioni di lavoro nell'industria della moda sono aumentati in modo significativo. Tuttavia, a 10 anni di distanza dal disastro, **solo 1,5 milioni di lavoratori** sui 75 milioni che compongono il settore globale (<2%) riceve un **salario adeguato** e dispone di **contratti di assunzione formali, orari di lavoro stabili o protezioni stabilite in base al diritto sul lavoro**⁴¹.
- **L'aumento delle violazioni dei diritti del lavoro** nell'industria della moda è stato trainato specialmente dall'incremento di lavoro forzato, modern slavery e lavoro minorile⁴²: sono sempre più diffuse **giornate lavorative da 10 a 18 ore**, persino 7 giorni a settimana nei periodi più intensi⁴³, e dopo il Rana Plaza sono **crollati** almeno **altri 109 edifici** in Bangladesh, causando la **morte di 27 lavoratori**⁴⁴.
- Il numero di **aziende certificate CDP** che riportano le proprie **emissioni Scope 1, 2 e 3** è aumentato in maniera significativa, da 138 nel 2021 alle **311 nel 2022**. Più precisamente,

⁴¹ UNECE, UN Alliance aims to put fashion on path to sustainability (2018);

⁴² Elaboration of The European House - Ambrosetti on Verisk Maplecroft & Business of Fashion Data (2021)

⁴³ Clean Clothes campaign, Working hours and overtime: 96-hour workweeks;

⁴⁴ Human Rights Watch, A decade after Rana Plaza safety flaws persists (2023);

nel 2022, l'85% di aziende certificate CDP ha divulgato le emissioni Scope 1, il 67% le emissioni Scope 2 e **il 50% ha rendicontato le emissioni Scope 3**⁴⁵.

- Cionondimeno, analizzando il valore assoluto delle emissioni rendicontate dalle aziende in entrambi gli anni, è possibile osservare un **aumento del 42% delle emissioni indirette di scope 3**⁴⁶. Ciò potrebbe dipendere dal fatto che le aziende stanno adottando **metodi di calcolo sempre più avanzati** e rappresenta comunque un segnale di una crescente attenzione nei confronti dell'impatto ambientale delle **catene di fornitura**.
- Tra i **30 principali fashion retailer al mondo, 12 presidiano in modo strutturato la sostenibilità**. Il loro impegno si concentra sul cambiamento climatico: circa il **92%** stabilisce **obiettivi quantitativi di riduzione delle emissioni di CO₂** e tra questi il **58%** identifica obiettivi coerenti con le traiettorie definite dalla **Science Based Target Initiative**. Tra le aziende che stabiliscono obiettivi di decarbonizzazione di lungo periodo, il **75% include obiettivi riferiti alle emissioni Scope 3**⁴⁷. In media, le emissioni dirette (**Scope 1**) costituiscono solo per l'**1%** alle emissioni totali di GHG e le emissioni indirette (**Scope 2**) ne rappresentano il **2%**. Il **97%** delle emissioni derivano invece dalle attività della catena del valore (**Scope 3**). Circa l'**87% di questa quota** è attualmente **coperta da obiettivi di carbonizzazione nel lungo periodo**. Esulando dal controllo diretto dei retailer, affinché questi obiettivi siano raggiunti, è necessaria una profonda trasformazione di tutta la catena del valore, a partire dagli **attori a monte**⁴⁸.
- Quando si tratta di integrazione degli obiettivi ESG nei sistemi di remunerazione degli executive, il settore europeo della moda è ancora distante delle grandi aziende indicizzate da S&P. Tra le 112 principali aziende europee, **solo il 18,75% connette la remunerazione dei propri executive al raggiungimento degli obiettivi ESG**, mentre tra le S&P 500 la quota si attesta attorno al 70%, con picchi nel settore **energetico (100%) e dei servizi pubblici (96%)**.
- Complice l'aumento dei Paesi che si stanno dotando di normative in materia di green claims, nel 2023, **nel settore globale fashion e della pelle si sono verificate 28 dispute ESG**, che hanno riguardato temi quali **greenwashing**, sostanze chimiche perenni per- e polifluoroalchiliche (**PFAS**) o **controversie in materia di diritti umani**. 7 di queste hanno coinvolto 5 dei più grandi brand a livello globale. Ciononostante, nessuna azienda è stata sottoposta a sanzioni per comunicazione fuorviante^{49,50,51}.

⁴⁵ The European House Ambrosetti, Elaboration on Carbon Disclosure Project Data granted by Carbonsink (2023)

⁴⁶ The European House Ambrosetti, Elaboration on Carbon Disclosure Project Data granted by Carbonsink (2023)

⁴⁷ The European House-Ambrosetti on publicly available data by AK PLAZA, Asos, Baymen, Bloomindgale's, Boozt, Decathlon, Farfetch, Harrods, Harvey Nichols, Holt Renfrew, House of Fraser, Hyundai, Isetan, KaDeWE, Lane Crawford, Le bon marche, Lodenfrey, Macys, Mytheresa, Neiman Marcus, Nordstrom, Printemps, Rinascente, Saks, Selfridges, Shinsegae, Takashimaya, Vakko, Ynap, Zalando. In italic companies that do not have a structured sustainability reporting approach.

⁴⁸ The European House-Ambrosetti on publicly available data by AK PLAZA, Asos, Baymen, Bloomindgale's, Boozt, Decathlon, Farfetch, Harrods, Harvey Nichols, Holt Renfrew, House of Fraser, Hyundai, Isetan, KaDeWE, Lane Crawford, Le bon marche, Lodenfrey, Macys, Mytheresa, Neiman Marcus, Nordstrom, Printemps, Rinascente, Saks, Selfridges, Shinsegae, Takashimaya, Vakko, Ynap, Zalando. In italic companies that do not have a structured sustainability reporting approach.

⁴⁹ The European House Ambrosetti Elaboration on The Sabine Centre Database (2023)

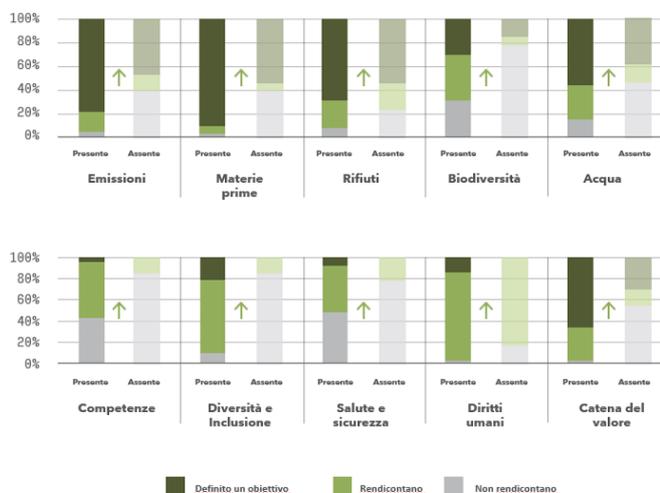
⁵⁰ Peikins C., ESG and the Apparel Industry: Always in Fashion (2023)

⁵¹ The European House - Ambrosetti elab. on data from Greenberg T. S. M. from pub. available info

7. Tra il 2021 e il 2022, il presidio delle **aziende europee della moda** sulla sostenibilità è aumentato del 17%: 71 tra le 100 più grandi si sono già attrezzate per gestire la transizione ma la migliore tra queste soddisfa solo il 70% dei requisiti di maturità dei presidi ESG. Evidenziare una forte correlazione tra presidio e accelerazione delle performance è ancora

complesso, ma le aziende con una governance ESG strutturata e remunerazioni collegate vantano presidi superiori in media del 36% rispetto ai propri concorrenti, mentre le aziende che hanno rendicontato le proprie emissioni in modo regolare negli ultimi 4 anni hanno ottenuto una riduzione del 37% delle emissioni di scopo 1 e 2. Il presidio sembra aumentare di anno in anno per la maggior parte dei temi, ma alcuni restano ancora indietro: la biodiversità è il tema meno esplorato dalla maggioranza delle aziende⁵².

Governance dedicata e variazione nel presidio dei temi chiave ESG



Evidenze chiave

- È stata svolta un'analisi sulle 100 più grandi aziende europee della moda che ricadranno nel perimetro di applicazione della nuova Corporate Sustainability Reporting Directive. Per ciascuna delle **11 dimensioni ESG** chiave per la disclosure, è stato analizzato il **livello di presidio** dimostrato e l'**accelerazione delle performance** ottenuta (reporting e variazione dei KPIs) dalle aziende nel panel. L'analisi è stata condotta basandosi esclusivamente su documenti pubblici e ha evidenziato come **il 29% delle società non abbia ancora una rendicontazione strutturata sulla sostenibilità**.
- Nel 2022, **3 nuove aziende hanno cominciato a rendicontare i propri obiettivi di sostenibilità**, per un totale di 71 aziende. Tra quelle che pubblicano un report, **il livello medio di presidio è aumentato del 17%** in un solo anno, passando da 0,34 del 2021 a 0,40 nel 2022: **55 aziende hanno registrato miglioramenti**, 39 sono rimaste stabili (di cui 29 sono quelle che ancora non pubblicano report di sostenibilità) e 6 aziende sono peggiorate.
- Per comprendere l'impatto che il monitoraggio ha avuto sulle prestazioni delle aziende, sono state confrontate l'accelerazione della performance e i livelli di presidio: **nessuna azienda ha dimostrato di raggiungere il massimo livello di monitoraggio; la migliore rispetta solo il 70% dei requisiti complessivi di maturità**. Inoltre, i dati mostrano come sia molto difficile migliorare in modo costante le proprie performance, persino per chi

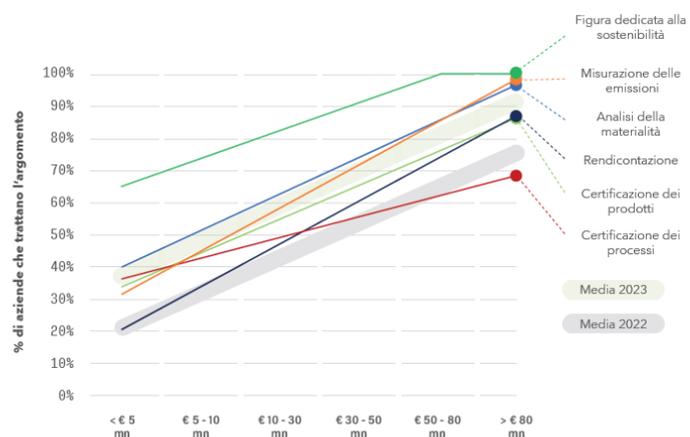
⁵² The European House - Ambrosetti elaboration on all latest balance sheets and sustainability related publicly available information from European fashion and luxury value chain companies that will be subject to CSRD obligations.

pubblica regolarmente un report. **Il monitoraggio da solo non basta per trainare il cambiamento.**

- Il cambiamento climatico e le emissioni di GHG sono tra temi più presidiati dalle aziende, ma solo **23 aziende** del panel hanno rendicontato in modo continuativo le proprie **emissioni Scope 1 e 2** negli ultimi 4 anni. Per questo gruppo di società, i dati testimoniano una **riduzione complessiva delle emissioni del 37%** nel periodo considerato. Complice la situazione straordinaria dovuta alla pandemia, il 2020 ha rappresentato un acceleratore verso l'obiettivo Net Zero, con una riduzione del 27% rispetto all'anno precedente. Nel 2021, le emissioni sono rimaste stabili, mentre nel **2022** è stata registrata un'ulteriore **riduzione del 15%**.
- Il livello di presidio è cresciuto per quasi tutti i temi ambientali. Tuttavia, il **3%** delle aziende **non rendiconta le performance né ha fissato obiettivi nemmeno su un tema ambientale** (2 p.p. in meno rispetto all'anno precedente).
- **16 aziende** sono passate da un approccio qualitativo alla definizione di **obiettivi quantitativi riguardanti l'utilizzo delle materie prime**, con un solo caso di definizione di obiettivi a lungo termine. Nel frattempo, il numero di aziende che ha definito obiettivi riguardanti la **gestione rifiuti** è passato dal 51% del 2021 al **65%** del 2022.
- **La biodiversità rimane il tema più nuovo e meno esplorato**: il 59% delle aziende oggi afferma di presidiare il tema, in crescita di 40 p.p. dal 39% dell'anno scorso. Ciononostante, solo 4 aziende hanno divulgato un KPI per misurare il proprio impegno. **L'acqua è invece l'unico tema a rimanere stabile rispetto all'anno precedente**, con obiettivi quantitativi fissati solo nel 22% dei casi.
- Le aziende con una **funzione dedicata alla sostenibilità** hanno il **36% di probabilità in più di presidiare in modo maturo i temi ESG**. Anche la **il sistema incentivante** gioca un ruolo chiave: il **100%** delle aziende dotate di MBO o LTi ha definito **un obiettivo su almeno 3 diversi temi**.

8. Nella **catena di fornitura italiana**, le dimensioni aziendali e la sostenibilità rimangono direttamente proporzionali, e il presidio ESG è migliorato in media del 16% rispetto all'anno precedente. Le pressioni dei clienti verso la transizione stanno aumentando, così come le aspettative degli stakeholder finanziari, che crescono più rapidamente dell'anno precedente in linea con l'approccio definito dal Green Deal. Tuttavia, l'orientamento strategico alla sostenibilità delle

Variazione del presidio della sostenibilità tra le aziende della filiera italiana (2022-2023)



istituzioni europee non sembra essere del tutto allineato con il punto di vista delle aziende, specialmente in materia di approccio economico. Ciò potrebbe essere un freno alla spinta delle aziende ad accelerare la transizione.

Evidenze chiave

- Nella **catena di fornitura italiana** le dimensioni aziendali e la sostenibilità rimangono direttamente proporzionali. Il **presidio ESG è migliorato in media del 16%** rispetto all'anno precedente; aumentano soprattutto le aziende che si sono dotate di una **funzione dedicata (+33%)** e quelle che effettuano **reporting (+26%)**. I **temi sociali** sono monitorati più attentamente di quelli ambientali, mentre il **controllo della filiera** resta il tema meno presidiato.
- A dimostrare l'accentuata influenza delle dimensioni aziendali, per esempio, contribuisce il fatto che **tutte le aziende con fatturato superiore ai €50 milioni** abbiano una **funzione dedicata alla sostenibilità**. Viceversa, la dimensione non sembra rilevante quando si guarda alla differenza di performance nell'ottenimento delle **certificazioni di processo**.
- La pressione dei clienti sembra essere ancor la spinta più forte alla transizione della filiera, con il **94% delle aziende italiane che dichiara di aver ricevuto pressioni sulla sostenibilità dai brand**. In questo contesto, anche la **finanza** sta guadagnando un ruolo chiave, raggiungendo **4 volte più aziende rispetto all'anno precedente** – per arrivare quasi all'**80% quando si guarda alle aziende con fatturato superiore ai €50 milioni**.
- Alle aziende è stato inoltre chiesto di indicare il proprio orientamento strategico verso la transizione secondo 3 diverse dimensioni: Valori (Conservazione vs. Cambiamento), Economia (Istituzioni vs. Mercato), Tempo (Trasformazione graduale vs. Trasformazione radicale). Le risposte mostrano come la **filiera italiana creda nel cambiamento, l'equilibrio tra il ruolo del mercato e quello delle istituzioni e una trasformazione radicale**. La medesima analisi è stata condotta su 15 politiche chiave dalla **Strategy for Sustainable and Circular Textiles**. Il confronto tra i risultati ha messo in luce un sostanziale accordo con differenze solo in materia economica: **l'Unione Europea promuove un approccio top-down**, secondo cui spetta agli organi centrali definire regole che obblighino la comunità a adottare comportamenti più sostenibili, mentre **le aziende tendono a favorire un approccio basato sul mercato**, dove la responsabilità di guidare il cambiamento è affidata alle dinamiche di business.
- I risultati sembrano suggerire che, sebbene sia osservabile un buon grado di allineamento, per accelerare la transizione, le aziende necessitano di essere sostenute a livello europeo con **strumenti politici e incentivi** coerenti con peculiarità del mercato, prendendo ad esempio i risultati positivi che l'**Inflation Reduction Act** sta ottenendo negli USA.

Le 8 proposte per una Just Fashion Transition globale

		Perché	Implementazione		
			No	Parziale	Sì
I.	Anticipare la transizione del mercato	Per orientare e canalizzare l'azione delle aziende verso la (tempestiva) adozione di strumenti volontari e obbligatori che la UE sta sviluppando in qualità di leader globale sulla sostenibilità, anche con lo scopo di fornire riscontri e raccomandazioni per il miglioramento.		●	
II.	Costituire delle task-force multi-stakeholder guidate dai Governi	Per agire come facilitatori della transizione, consultarsi in modo flessibile con gli attori industriali chiave, NGOs, esperti di settore, finanza e accademici e definire una roadmap che sostenga la trasformazione ESG e lavorare verso obiettivi coerenti con le specificità nazionali.	●		
III.	Catalizzare il cambiamento attraverso alleanze	Per promuovere alleanze tra tutti gli attori a monte e a valle della filiera della moda, insieme al settore finanziario e altri attori della catena di valore, e diffondere così buone pratiche consentendo anche ai legislatori di operare le scelte migliori nel più breve tempo possibile.		●	
IV.	Misurare l'impatto delle politiche attraverso un set minimo di dati per tutti	Per valutare l'efficacia delle politiche e delle azioni normative, creando un database aggiornato basato su un numero limitato di KPI significativi e coerenti con i prossimi requisiti di compliance europei e globali (ESRS - European Sustainability Reporting Standards e IFRS - International Financial Reporting Standards).	●		
V.	Promuovere un cambiamento culturale positivo	Sfruttare il potenziale di comunicazione di messaggi ed esperienze positive (come eventi, concerti, ecc.) per coinvolgere i consumatori in un cambiamento culturale e influenzare le abitudini di consumo abbattendo la barriera che separa l'intento di acquisto sostenibile dall'azione.	●		
VI.	Creare un'avanguardia della sostenibilità guidata da catene del valore del lusso Italiane e francesi	Creare, all'interno del Patto del Quirinale, un tavolo che accolga i leader del settore italiani e francesi per rendere il lusso non solo un simbolo di qualità ma anche un precursore che indichi la direzione dell'equa transizione della moda, giocando un ruolo chiave con le istituzioni europee ed internazionali (come l'OCSE).	●		
VII.	Rendere più profittevoli le scelte aziendali di sostenibilità	Liberare e sfruttare appieno il potenziale di cambiamento delle aziende UE promuovendo lo sviluppo, diffusione e adozione su larga scala di tecnologie green lungo tutta la catena di valore della moda, traendo ispirazione dall'esperienza positiva dell'Inflation Reduction Act (IRA) statunitense.			Novità
VIII.	Promuovere un approccio integrato tra riciclo e riuso	Creare sinergie virtuose tra gli operatori del riciclo e riuso per affrontare efficacemente la sfida della sovrapproduzione, promuovendo un adeguato miglioramento della durabilità fisica e immateriale dei tessuti eco-progettati e riducendo allo stesso tempo i capi d'abbigliamento multimateriale.			Novità