

CIKIS STUDIA LA MODA

Sostenibilità: nel 2024 più misurazioni degli impatti, meno tracciabilità

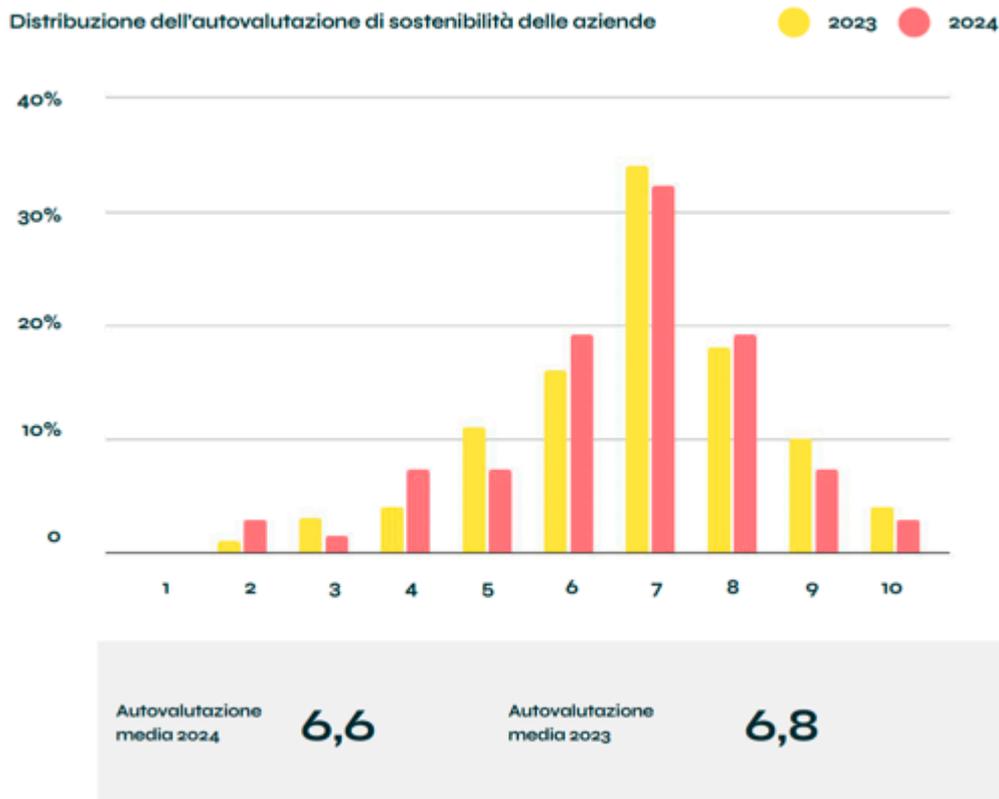
29 October 2024



La Direttiva sulla Due Diligence e la Corporate Sustainability Reporting Directive impongono alle aziende della moda nuovi obblighi di trasparenza e monitoraggio delle pratiche ambientali e sociali, che dovrebbero portare a una revisione dei modelli di business e a un maggiore impegno delle aziende, finora mosse dall'autoregolamentazione.

Secondo uno studio della società di consulenza specializzata nella sostenibilità **Cikis**, tuttavia, le aziende italiane che implementano pratiche sostenibili nel 2024 risultano in calo del 6% rispetto all'anno prima. Il driver degli investimenti green resta la competitività e risulta in aumento del 40% rispetto al 2023, stando al recente report *Moda e sostenibilità 2024* che ha esaminato due campioni: uno di 12 brand e 42 aziende della filiera e un altro di 14 realtà che lavorano per conto terzi e hanno un proprio marchio. Si tratta di società rappresentative per fatturato (oltre 1 milione di euro) e per numero di dipendenti.

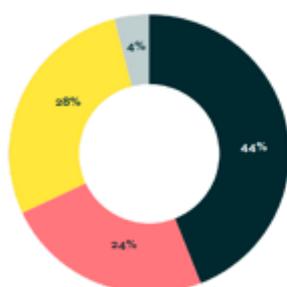
Nell'analisi, il 76,5% delle aziende sondate considera la sostenibilità strategica per il proprio business, assegnando un punteggio medio di 8 su 10. Se parliamo di autovalutazione, la media delle imprese interpellate si dà un punteggio di 6,6, dal 6,8 del 2023 ed emerge un aumento delle autovalutazioni più basse, a fronte di una diminuzione di quelle più alte.



Tra le iniziative maggiormente implementate dalle fashion company in fatto di sostenibilità figurano quelle per la circolarità del business (come la gestione degli scarti o il riciclo dei materiali), che risultano in aumento del 39%. La misurazione degli impatti ambientali spicca per un aumento dell'82% rispetto al 2023, anche se questa voce ha una quota del 7% sul totale delle iniziative attuate. Gli investimenti sulla tracciabilità di filiera hanno invece subito un calo del 30%, con un peso sul totale passato dal 19% al 13,3%.

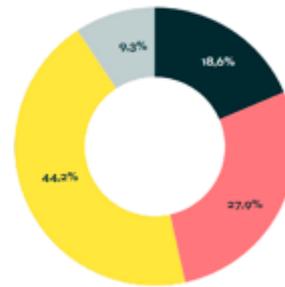
Brand:

Grado di collaborazione con i fornitori diretti per il tracciamento della filiera a monte



Aziende della filiera:

Grado di collaborazione con i fornitori diretti per il tracciamento della filiera a monte



● Grado di collaborazione avanzato
 ● Grado di collaborazione intermedio
 ● Grado di collaborazione nullo o base
 ● N.D.

In particolare, tra i brand intervistati, il 23,5% ha investito in pratiche di economia circolare o intende farlo. Se si tratta di modelli di business strutturati (tra questi il noleggio, la rivendita e la riparazione), solo il 7,4% sta effettivamente investendo.

In materia di tracciabilità emerge il prevalere di un grado di collaborazione avanzato tra le aziende della filiera e i fornitori diretti, mentre nel caso di aziende con marchio proprio il grado di collaborazione è soprattutto nullo o basico.

Notizie positive sul fronte della sostenibilità sociale: nel 2024 il 54,4% del campione ha investito in questo ambito, in aumento dell'8% sul 2023. L'impegno delle realtà della moda esaminate va da iniziative come le collaborazioni con organizzazioni ed enti, le donazioni e le attività sul territorio, al monitoraggio dei fornitori (attraverso audit e questionari di valutazione) fino ad attività mirate ai dipendenti come la formazione, i servizi di trasporto, le misure di welfare e le polizze assicurative.

Il report si è occupato anche di materiali preferred ("preferiti", diversi cioè da quelli "convenzionali" per l'impatto positivo su persone e pianeta, secondo le linee guida di **Textile Exchange**). La quantità di aziende della moda che li usano in quantità elevata è pari al 26,4% del totale, +51% in 12 mesi. La quota di chi li usa in modo limitato o per niente è scesa al 26,4% (-32%).

In materia di energie rinnovabili gli investimenti rimangono stabili rispetto al 2023 mentre invece andrebbero intensificati gli sforzi, secondo Cikis, per allinearsi agli obiettivi climatici globali.

Intanto crescono le aziende che calcolano le rispettive emissioni: si passa dal 24,7% del campione del 2023 al 66,2% del 2024. Tuttavia solo il 69,6% delle imprese ha fissato gli obiettivi di riduzione e solo il 6,9% ha definito gli obiettivi in linea con la Sbti-Science based target initiative.

Lo studio individua anche i maggiori ostacoli all'implementazione di pratiche sostenibili che includono la mancanza di collaborazione nella filiera, la burocrazia e la carenza di competenze.

Conforta il fatto che il 93% delle aziende intervistate dice di avere ottenuto o di prevedere un ritorno positivo sugli investimenti in sostenibilità, in termini economici e/o di immagine (dal 77,9% del 2023). Di quelle che hanno avuto un ritorno positivo sull'investimento, il 43% dice di averlo ottenuto in un arco temporale di breve termine (tra uno e tre anni).

«Un approccio integrato che includa la misurazione delle emissioni, l'adozione di standard scientifici e la collaborazione lungo la filiera - commentano gli esperti di Cikis - permetterà alle aziende italiane di migliorare la propria performance Esg, di ottenere vantaggi competitivi sia a livello economico che reputazionale e minimizzare i rischi operativi».

e.f.