

MODUL 6

MODELE DE AFACERI CIRCULARE ÎN INDUSTRIA TEXTILĂ ȘI A ÎMBRĂCĂMINTEI



Bun venit la Modulul 6 „MODELE DE AFACERI CIRCULARE ÎN INDUSTRIA TEXTILĂ ȘI A ÎMBRĂCĂMINTEI” din cadrul cursului „Economia Circulară și practici sustenabile în industria textilelor și îmbrăcăminte”.

Suportul de curs este proprietatea A.O. E-Circular și nu poate fi copiat, multiplicat și distribuit, etc.



OBIECTIVELE ACESTUI MODUL!

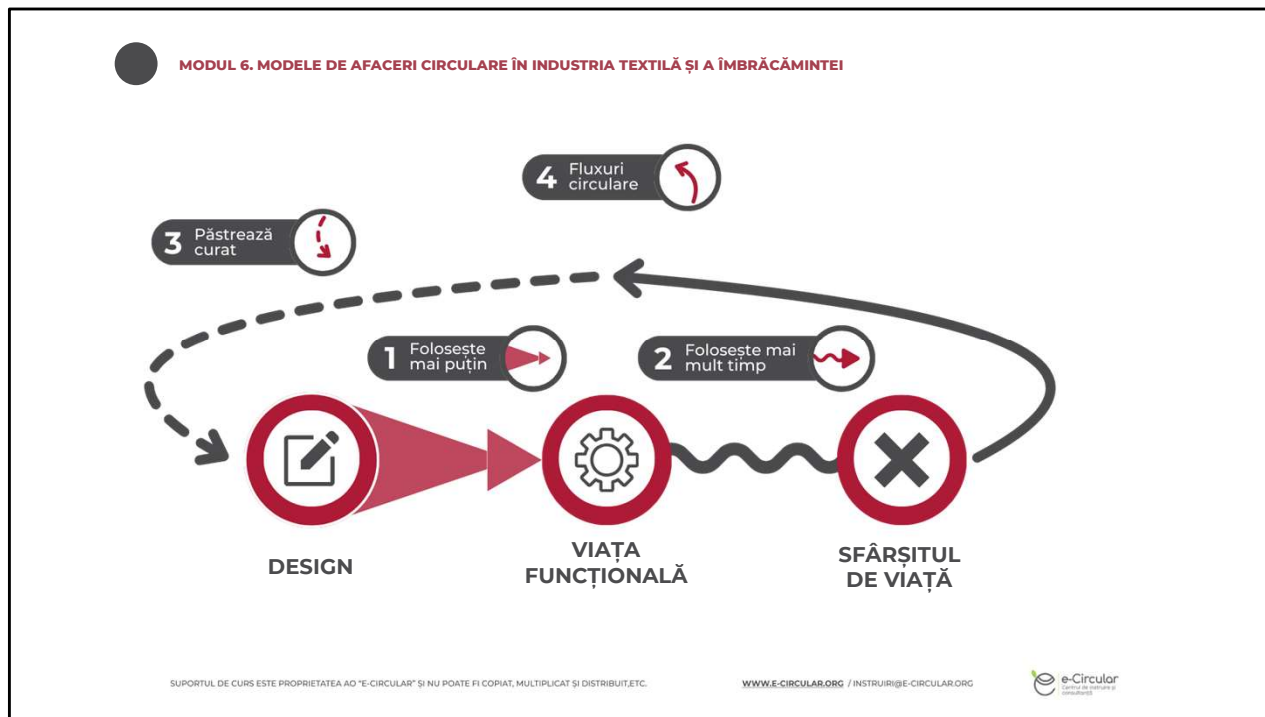
Înțelegerea conceptului de model de afacere circular.

Explorarea principalelor tipuri de modele circulare aplicabile în industria T&Î.

Analiza unor exemple concrete de afaceri care aplică cu succes principiile economiei circulare.

Obiectivele acestui modul sunt:

- Înțelegerea conceptului de model de afacere circular.
- Explorarea principalelor tipuri de modele circulare aplicabile în industria T&Î.
- Analiza unor exemple concrete de afaceri care aplică cu succes principiile economiei circulare.



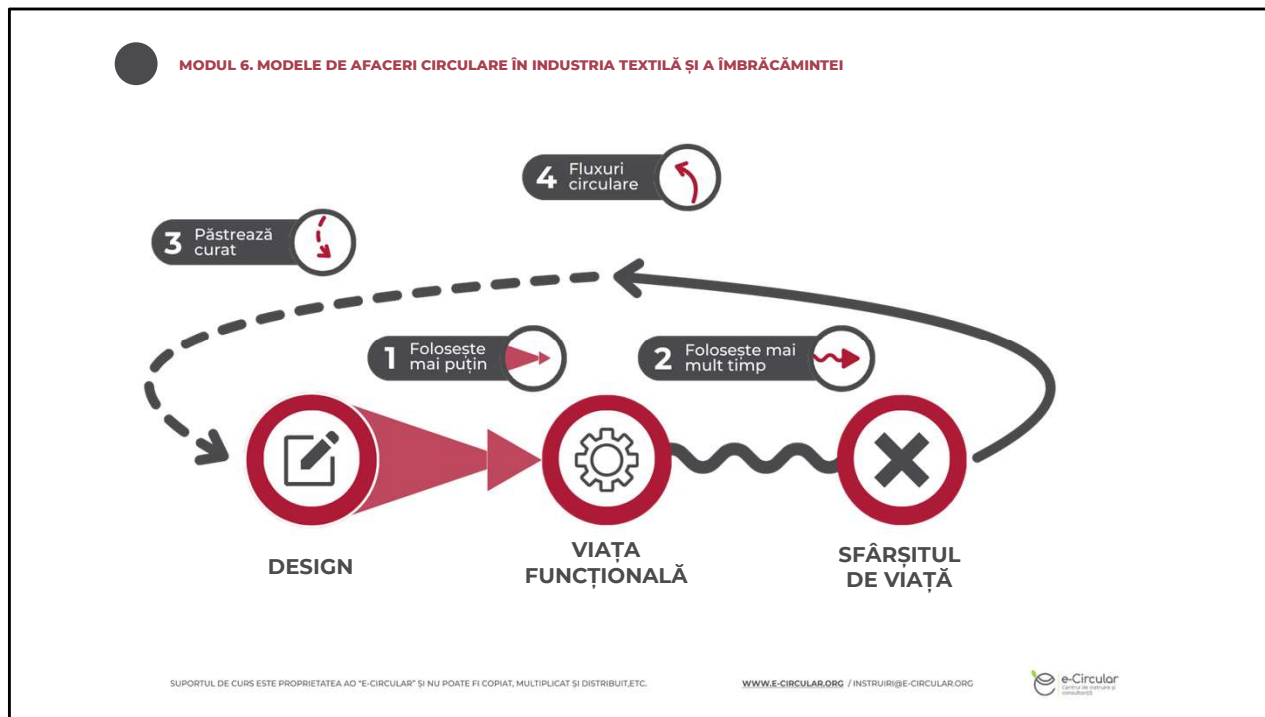
Pentru a transforma industria textilă într-un sector mai durabil și eficient din punct de vedere al resurselor, este esențial să adoptăm strategii care contribuie la atingerea obiectivelor de circularitate. În acest sens, există 4 strategii esențiale care vizează reducerea consumului de materiale, prelungirea duratei de viață a produselor, menținerea ecosistemelor curate și promovarea fluxurilor circulare.

În primul rând abordăm **Strategia - Folosește mai puțin**, care urmărește reducerea cantității de materiale utilizate în fabricarea produselor textile, inclusiv materiale bazate pe combustibili fosili. Prin reducerea cererii de materii prime și optimizarea procesului de producție, putem reduce impactul asupra mediului. La modul practic este despre:

- Utilizarea unui design eficient, care minimizează pierderile de material.
- Adoptarea modelelor de afaceri bazate pe închiriere sau partajare a hainelor, reducând astfel nevoia de producție continuă.
- Promovarea practicilor agricole sustenabile pentru cultivarea plantelor textile, prin reducerea consumului de resurse naturale.

A 2-a strategie – Folosește mai mult timp, care presupune extinderea duratei de viață a hainelor, drept una dintre cele mai eficiente metode de reducere a impactului asupra mediului. Prolungind durata de utilizare a unui produs, se reduce nevoia de a produce alte produse noi. La modul practic este despre:

- Design pentru durabilitate – utilizarea materialelor rezistente și versatile.
- Promovarea serviciilor de reparații și renovări pentru haine.
- Adoptarea modelelor de afaceri bazate pe reutilizare și revânzare.



A 3-a strategie – Păstrează curat se concentrează pe înlocuirea materialelor toxice sau poluante cu alternative mai sigure și regenerative. Scopul este de a reduce impactul negativ asupra mediului și de a susține ecosistemele naturale. La modul practic este despre:

- Utilizarea materialelor biodegradabile și netoxice.
- Adoptarea energiei regenerabile în procesele de producție.
- Sprijinirea practicilor agricole regenerative, care protejează solul și biodiversitatea.

Ultima strategie este despre Fluxuri circulare - Folosește din nou. Aceasta este strategia care pune accent pe recuperarea și reutilizarea deșeurilor textilelor la sfârșitul ciclului de viață, reintegrându-le în circuitul economic. La modul practic este despre:

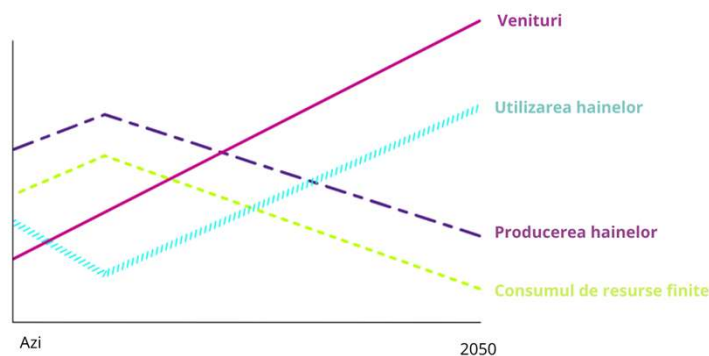
- Crearea de produse cu design gândit pentru reciclabilitate.
- Dezvoltarea infrastructurii pentru colectarea și reciclarea deșeurilor textile.
- Optimizarea procesului de sortare și revalorificare a deșeurilor textile.

Aceste 4 strategii nu sunt izolate, ele se completează reciproc. De exemplu:

- Prolungirea duratei de viață a textilelor duce la reducerea cererii pentru noi produse, ceea ce reduce consumul de materiale.
- În același timp, reducerea cantității de materiale utilizate poate limita disponibilitatea deșeurilor textile reciclabile.



Într-o economie circulară, veniturile sunt decuplate de producție și de consumul de resurse finite.



Sursa imagine: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>

SUPPORTUL DE CURS ESTE PROPRIETATEA AO "E-CIRCULAR" ȘI NU POATE FI COPIAT, MULTIPLICAT ȘI DISTRIBUIT.ETC.

WWW.E-CIRCULAR.ORG / INSTRUIRI@E-CIRCULAR.ORG



În modelul economic liniar (tradițional), creșterea veniturilor companiilor era și este asociată direct cu o producție mai mare și cu utilizarea constantă a resurselor naturale. Cu cât se produce mai mult, cu atât se consuma mai mult — iar acest model s-a dovedit că duce la epuizarea resurselor și la acumularea de deșeuri.

Economia circulară propune un model total diferit de dezvoltare a unei afaceri și respectiv a unei industrii. În loc să ne bazăm pe extragerea continuă a resurselor și fabricarea de produse noi, companiile pot obține venituri prin **valorificarea produselor deja existente**. Această abordare presupune:

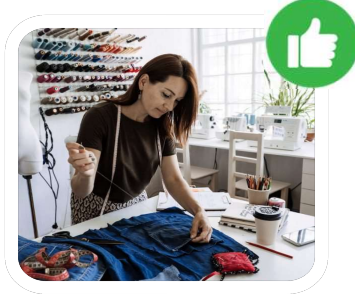
- prelungirea duratei de viață a produselor,
- reutilizarea și repararea acestora,
- închirierea sau partajarea bunurilor,
- și transformarea deșeurilor în resurse noi.

Graficul din imagine ilustrează clar această tranziție:

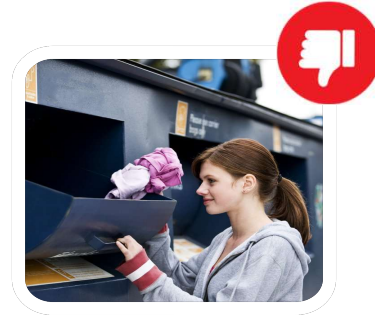
- **Veniturile pot continua să crească**, dar fără a mai crește producția de textile noi.
- În schimb, **crește gradul de utilizare al hainelor** — adică sunt purtate mai des, de mai mulți utilizatori, sau o perioadă mai lungă.
- **Durata de viață a produselor crește**, ceea ce reduce nevoia de înlocuire frecventă.
- **Consumul de resurse scade**, deoarece materialele sunt refolosite sau reciclate, iar pierderile în procesul de producție sunt minimizate.

Decuplarea creșterii economice de consumul de resurse reprezintă un principiu-cheie în economia circulară și un obiectiv esențial pentru sustenabilitate.

Este sau nu model de afaceri circular?



Compania dezvoltă un **serviciu de reparație** pentru hainele uzate sau oferirea de reduceri pentru articolele returnate care pot fi recondiționate și revândute.



O marcă **colectează haine vechi** pentru reciclare, dar lansează în continuare colecții noi în fiecare săptămână, promovând Fast Fashion

Până a continua cu explorarea modelelor de afaceri circulare țin să revin la informația expusă în modulul 1 din acest curs și anume interpretarea de multe ori eronată a unor modele de afaceri aparent circulare. **De exemplu**, o companie care oferă servicii de reparație pentru hainele uzate, recondiționându-le și revândându-le, promovează un model autentic de economie circulară, reducând risipa și prelungind durata de viață a produselor. **Pe de altă parte**, o marcă ce colectează haine vechi pentru reciclare, dar continuă să lanseze colecții noi în fiecare săptămână, perpetuează modelul liniar prin supraproducție și fast fashion.

Un alt exemplu este atunci când brandurile promovează hainele din poliester reciclat (rPET) ca soluții sustenabile. De fapt, acest material provine din sticle PET, dar **nu poate fi reciclat din nou** odată transformat în fibre textile. Este mai degrabă un exemplu de **downcycling**, nu de economie circulară. Mai mult, crește cererea pentru plastic reciclat, ceea ce **încurajează producția de PET**, în loc să o reducă. Reciclarea devine astfel o strategie de marketing, nu o schimbare de model.

Aceste exemple evidențiază diferența dintre inițiativele autentice și acțiunile superficiale care nu contribuie la reducerea reală a impactului asupra mediului. În acest context, este esențial să înțelegem și să aplicăm corect principiile economiei circulare pentru a transforma industria textilă într-un model sustenabil.

Modele de afaceri circulare

Model 1 Circuit închis



Model 2 Servitizare



Model 3 Suficiență



Pentru a înțelege mai bine cum funcționează economia circulară în industria textilă, vom explora trei tipuri de modele de afaceri circulare:

- **Model 1. Circuit închis.**
- **Model 2. Servitizare.**
- **Model 3. Suficiență.**

Aceste modele contribuie la reducerea consumului de resurse și la prelungirea duratei de viață a produselor textile.

Model 1. Circuit închis



Modelele de circuit închis arată în prezent cel mai mare potențial pe piețele B2B.

Modelul devine interesant atunci când reciclarea este rentabilă, prețurile resurselor virgine cresc și/sau când există implementate scheme REP sau beneficii fiscale.

Acest model funcționează când producătorii sunt responsabili pentru deșeurile rezultate din produsele plasate pe piață (ex. implementarea mecanismului REP) și să organizeze infrastructura și parteneriatele necesare pentru preluarea și reciclarea produselor.

Primul model de afaceri pe care îl vom explora este **Modelul circuitul închis**, unde resursele sunt menținute în economie prin reutilizare și reciclare, eliminând astfel conceptul de deșeu. Acest model se bazează pe recuperarea și reintegrarea resurselor în noi cicluri de producție, reducând impactul asupra mediului și dependența de materii prime virgine.

Pentru ca acest sistem să funcționeze, produsele trebuie proiectate astfel încât deșeurile rezultate să fie ușor de recuperat și reciclat. Responsabilitatea Extinsă a Producătorului joacă un rol important în acest model, obligând companiile să gestioneze produsele după utilizare, fie prin propriile sisteme de colectare, fie prin parteneriate cu reciclatori și operatori economici. În piețele B2B, acest model are un potențial ridicat datorită organizării fluxurilor logistice de recuperare a deșeurilor textile post-consum, respectiv organizarea mai eficientă a proceselor de reutilizare/reciclare.

Adoptarea acestui model devine mai rentabilă atunci când costurile reciclării scad, prețurile resurselor virgine cresc sau sunt introduse stimulente economice, precum subvenții și beneficii fiscale. Totodată, cererea pentru produse sustenabile crește, determinând companiile să implementeze soluții circulare care își pot justifica un preț premium.

Succesul acestui model depinde de crearea unei infrastructuri eficiente pentru colectare și reciclare, precum și de extinderea responsabilității producătorilor asupra etapelor de sfârșit de viață ale produselor. Circuitul închis nu doar că sprijină economia circulară, dar devine tot mai mult o necesitate în contextul reglementărilor de mediu și al cerințelor pieței pentru sustenabilitate.



Reutilizarea ca parte a Modelului „Circuit închis”

- Prolungirea duratei de viață a produselor reduce necesitatea reciclării.
- Mărcile cu design atemporal și materiale durabile pot facilita utilizări multiple.
- Consumatorii devin furnizori, returnând produsele pentru revânzare sau recondiționare.
- Modelele de reutilizare permit accesul brandurilor la piața de second-hand în creștere.
- Strategii eficiente: programe de returnare, recondiționare, revânzare directă.



Reutilizarea poate fi integrată în modelul de circuit închis prin prelungirea duratei de viață a produselor și reducerea necesității de a recicla deșeurile textile la un stadiu prematur. Spre deosebire de reciclare, care presupune transformare deșeurilor în noi resurse, reutilizarea menține produsele în circuit fără a le altera semnificativ structura.

Acest model este potrivit pentru mărcile care promovează produse atemporale, minimaliste sau clasice, deoarece acestea permit utilizări multiple fără a ieși rapid din trenduri. În acest context, consumatorii nu mai sunt doar utilizatori finali, ci devin și furnizori de produse înapoi în lanțul de aprovizionare. Succesul unui astfel de sistem depinde de capacitatea mărcii de a organiza colectarea eficientă a produselor și de a asigura că acestea îndeplinesc standardele de calitate necesare pentru a fi revândute sau recondiționate.

Tot mai multe branduri implementează programe de recompensare a consumatorilor pentru returnarea produselor, fie prin reduceri la achiziții viitoare, fie prin oferte speciale pentru bunuri reutilizate. Acest model le permite să monetizeze piața de second-hand, care este în plină expansiune. În special în sectorul bunurilor de lux și al îmbrăcăminte pentru copii, unde articolele sunt utilizate mai puțin intensiv, reutilizarea poate deveni o strategie cheie de sustenabilitate și profitabilitate.

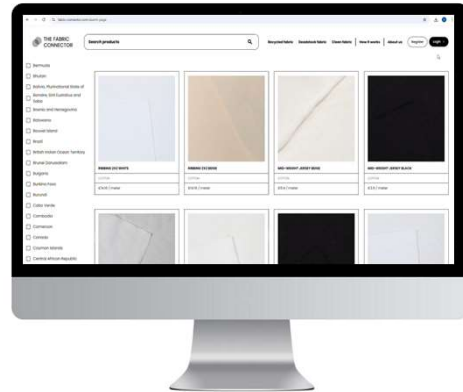


Exemplu model „Circuit închis”

Fabric Connector, Țările de Jos B2B, Integrare reziduuri textile în producție

Platformă digitală colaborativă Fabric Connector **facilitează legătura între diferiți actori din industria textilă** – furnizori, designeri, producători și startup-uri – pentru a încuraja soluții sustenabile și circulare.

Platforma promovează reutilizarea materialelor și integrarea reziduurilor textile în noi cicluri de producție, contribuind la un model de tip „circuit închis”.



Sursa imagine: https://fabric-connector.com/?gad_source=1

Un exemplu concret de model de afaceri bazat pe circuit închis este Fabric Connector, care reprezintă o inițiativă colaborativă între furnizori de materiale textile rămase în stoc și branduri, start-upuri și creatori independenți. Scopul principal al platformei este de a oferi brandurilor de modă acces la materiale textile de calitate superioară, care au rămas neutilizate în stocurile producătorilor, astfel reducând risipa și promovând reutilizarea resurselor existente.

Cel mai important, brandurile pot achiziționa materiale premium la prețuri competitive., reducânduși semnificativ costurile de producție.



Exemplu model „Circuit închis”

**FILIPPA K SECONDHAND STORE & COLLECT CONCEPT, Suedia
B2C, Bărbați și femei, 25 - 60 ani**

Conceptul „Collect”:

- Consumatorii pot returna articolele de îmbrăcăminte Filippa K uzate în orice magazin Filippa K și primesc o reducere de 15% la următoarea achiziție.
- Îmbrăcămintea în stare bună este trimisă unei organizații caritabile locale.
- Îmbrăcămintea în stare bună este păstrată în depozit și vândută în magazinul de second-hand sau în viitorul magazin online.

Magazinul de Second-Hand:

- Îmbrăcămintea ușor uzată și sezonieră este colectată în magazin.
- Dacă articolul de îmbrăcăminte se vinde, proprietarul primește un bonus de 40% din prețul produsului.
- Îmbrăcămintea second-hand este de obicei vândută la 50% din prețul original.
- Dacă îmbrăcămintea nu se vinde după o lună, este returnată proprietarului.



Sursa imagine:
<https://viajarpeleuropa.eu/loja-second-hand-em-estocolmo/second-hand-filippa-k-stockholm/>

Un alt exemplu de model de afaceri bazat pe circuit închis: Filippa K SECONDHAND STORE & COLLECT CONCEPT, din Suedia. Acesta este un model implementat cu succes pentru a prelungi durata de viață a hainelor și a reduce risipa textilă. Acest model are la bază Conceptul „Collect”, respectiv:

- Clienții pot aduce articolele achiziționate în orice magazin și primesc în schimb o reducere de 15% la următoarea achiziție.
- Hainele aflate într-o stare foarte bună sunt trimise către organizații caritabile locale.
- Articolele în stare bună sunt depozitate și revândute în magazinele second-hand Filippa K sau în magazinul online special dedicat acestui segment.

În cadrul acestui model, brandul a creat un magazin specializat de produse second-hand, care funcționează astfel:

- Doar articolele de îmbrăcăminte ușor uzate și în stare bună sunt acceptate în magazin.
- Dacă hainele sunt revândute, proprietarul inițial primește un bonus de 40% din prețul final al produsului.
- Produsele second-hand sunt vândute de obicei la 50% din prețul lor original.
- Dacă un articol nu se vinde după o lună, este returnat proprietarului inițial.

Acest model reprezintă un exemplu clar de circuit închis, deoarece:

- Încurajează consumatorii să returneze hainele uzate în loc să le arunce.
- Contribuie la prelungirea duratei de viață a hainelor.
- Oferă beneficii financiare clienților, ceea ce îi motivează să participe activ la acest sistem.
- Sprijină comunitatea locală prin donații către organizații caritabile.



Exemplu model „Circuit închis”

Napapijri, Marea Britanie
B2C, Bărbați și femei

Design simplificat, astfel încât întreaga jachetă – materialul, umplutura și accesoriile – să fie **fabricate dintr-un singur polimer reciclabil: ECONYL®**. Clienții pot returna produsele din gama *Circular Series* după utilizare, astfel încât acestea să poată fi refăcute și reciclate în produse noi



Sursa imagine:
<https://www.arthursimmonsj.top/>

Napapijri din Marea Britanie este un alt exemplu de model de afaceri circular aplicat în industria textilă. Compania în parteneriat cu Aquafil a dezvoltat o colecție specială de jachete denumită *Circular Series*, gândită încă din faza de proiectare pentru a permite reciclarea completă a produsului. Spre deosebire de alte articole de îmbrăcăminte, care sunt realizate dintr-o combinație de materiale greu de separat, aceste jachete sunt fabricate integral dintr-un singur tip de material – ECONYL®. Această abordare inovatoare simplifică procesul de reciclare, deoarece toate elementele – materialul exterior, umplutura și accesoriile – sunt realizate din aceeași materie primă. Acest detaliu elimină necesitatea separării componentelor în timpul reciclării, crescând eficiența procesului și reducând costurile asociate.

Nu în ultimul rând, pentru a închide eficient circuitul produselor sale, compania a implementat un sistem de returnare a produselor. După o perioadă de utilizare, clienții pot returna aceste jachete printr-un program de colectare. Produsele returnate sunt procesate și transformate în noi fire textile de tip ECONYL®, care sunt utilizate pentru fabricarea unor noi articole de îmbrăcăminte. Acest proces nu doar că reduce semnificativ cantitatea de deșeurile textile, ci și permite regenerarea resurselor, contribuind astfel la economia circulară.



Exemplu model „Circuit închis”

Looptworks, USA
Modele de afaceri circulare bazate pe parteneriate



Sursa imagine:
<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/looptworks>

Compania își folosește experiența în reutilizarea deșeurilor textile pre-consum și post-consum, cum ar fi uniforme folosite sau materiale excedentare de echipamente sportive, pentru a **crea ediții limitate de genți și produse de îmbrăcăminte în colaborare cu alte afaceri**. De exemplu, au încheiat un parteneriat cu NBA pentru a transforma tricouri folosite în rucsacuri și genți de umăr. Astfel de parteneriate ajută afacerile să evite risipa și să înțeleagă mai bine cum să își redeseneze produsele

Un alt exemplu de model circular cu circuit închis în industria textilă este Looptworks – o companie care folosește exclusiv materiale deja existente, evitând producerea de materiale noi și reducând deșeurile.

Totul a început când fondatorul, Scott Hamlin, a observat cât de mult material textil este irosit încă din faza de producție – între 10 și 30% din material este aruncat înainte să ajungă la consumator. Astfel, Looptworks a creat o linie dedicată de upcycling pentru deșeuri pre-consum, oferind materialelor o a doua viață.

Un exemplu concret este colaborarea cu Southwest Airlines – compania a refolosit pielea de pe scaunele vechilor avioane pentru a crea genți și rucsacuri de înaltă calitate, evitând depozitarea în gropi de gunoi. Acest model a fost extins în parteneriate cu branduri mari, precum Delta Airlines, Nike, Adidas, Patagonia, Timberland și NBA.

Looptworks valorifică atât deșeurile pre-consum, cât și cele post-consum, transformându-le în produse durabile, unicat, cu design atractiv și garanție pe viață – ceea ce ei numesc *Loopt4Life*.

Procesul lor include curățarea și dezasamblarea materialelor, design personalizat, numerotarea manuală a fiecărui produs și chiar servicii de reparație sau înlocuire.

Un aspect inovator este și programul de returnare pentru hainele din colecțiile lor 100% reciclabile – acestea pot fi reparate, dezasamblate și transformate din nou în fire textile de

calitate.



Model 2. Servitizare



Acces în loc de proprietate!

- Consumatorii plătesc pentru utilizare, nu pentru deținerea produsului.
- Valoarea provine din **experiența utilizatorului**, nu doar din achiziție.

Reducerea consumului de resurse

- **Decuplarea profitului de volumul de producție**: veniturile provin din servicii, nu din vânzări repetate.
- Producătorii păstrează proprietatea asupra produselor, stimulând **durabilitatea și întreținerea**.

Oportunități pentru branduri

- Construirea unei **relații mai strânse** între consumator și produs.
- Avantajos pentru **produse premium**, unde serviciul de întreținere crește valoarea.
- Extinderea pieței prin **servicii adiționale**: recondiționare, reparație, inclusiv abonamente la aceste servicii.

Următorul model de afacere circulară este modelul de servitizare, care schimbă fundamental relația dintre consumator și produs, inclusiv oferind acces la servicii în locul deținerii fizice a bunurilor. În acest sistem, produsul nu își pierde importanța, însă valoarea sa nu mai derivă doar din achiziția propriu-zisă, ci din experiența utilizatorului și beneficiile oferite pe termen lung. Unul dintre cele mai mari avantaje ale servitizării este decuplarea profitului de volumul de producție, ceea ce înseamnă că generarea de venituri provine din oferirea unui serviciu continuu, menținerea produselor în stare bună și extinderea duratei de viață a acestora. Acest aspect stimulează companiile să dezvolte soluții mai durabile, având în vedere că ele rămân proprietarii activelor și sunt responsabile pentru gestionarea deșeurilor rezultate la finele ciclului de viață a produsului.

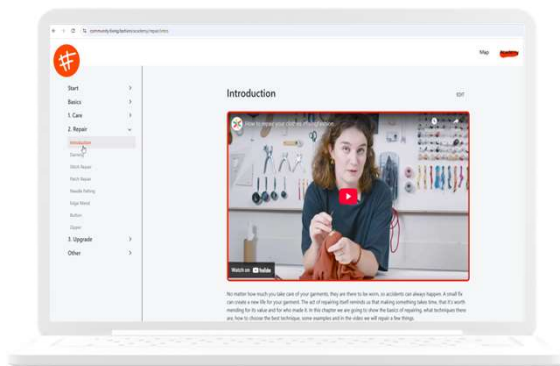
Totuși, servitizarea nu garantează automat beneficii de mediu. Dacă nu este implementată corect, există riscul ca utilizarea resurselor să nu fie redusă semnificativ. În combinație cu strategiile de „Închiderea buclei” și „Suficiență” (pe care îl vom explora mai târziu), acest model are potențialul de a contribui semnificativ la reducerea consumului de resurse, în special atunci când este aplicat produselor de înaltă calitate, unde serviciile de întreținere și personalizare sunt apreciate de consumatori.

Un alt efect al acestui model este crearea unei relații mai strânse între consumator și produs, ceea ce poate duce la o mai mare fidelizare față de brand. Pe de altă parte, această strategie poate întâmpina o provocare: dacă produsele sunt extrem de durabile, piața riscă să ajungă la saturație, deoarece nevoia de achiziții repetate scade. Pentru a menține interesul consumatorilor, companiile pot introduce variații de design, ediții limitate sau servicii adiționale, cum ar fi upgrade-uri, recondiționare

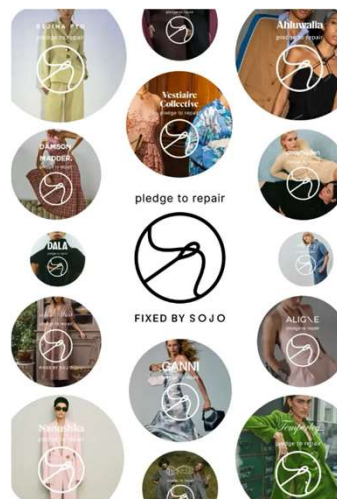
sau personalizare.



REPARĂM industria modei!



Sursa imagine: <https://community.fixing.fashion/academy/repair/intro>



Sursa imagine: <https://www.sojo.uk/repair>

SUPORTUL DE CURS ESTE PROPRIETATEA AD "E-CIRCULAR" ȘI NU POATE FI COPIAT, MULTIPLICAT ȘI DISTRIBUIT, ETC.

WWW.E-CIRCULAR.ORG / INSTRUIRI@E-CIRCULAR.ORG



Pe lângă serviciile de reparații și curățare deja disponibile, apar tot mai multe noi oportunități de a dezvolta aceste servicii direct de către producători (comercianți), inclusiv creșterea serviciilor bazate pe aplicații online. De asemenea există și merită de explorat oportunitatea de a îmbunătăți abilitățile clienților de a efectua reparații individual, prin intermediul atelierelor și tutorialurilor online, îmbunătățind experiența și loialitatea față de brand.

Important de menționat, brandurile pot **integra aceste servicii în propria activitate**, în parteneriat cu furnizori specializați (**atelier de reparații locale, croitorii independente sau rețele de curățare ecologică**) în loc să dezvolte intern aceste capacități. În acest caz este important de:

- Stabilirea unui protocol de colaborare care să includă tipurile de intervenții posibile, timpuri de livrare, standarde de calitate, trasabilitate și opțiuni de plată (acoperite integral/parțial de brand sau de client).
- Crearea unui sistem digital simplu de intermediere (ex. cod QR pe etichetă, secțiune dedicată pe website sau aplicație).



Exemple afaceri modelul „Servitizare”

MENDED, Țările de Jos B2B, B2C

- Platformă online de **reparații profesionale** pentru haine.
- Misiune – prelungirea duratei de viață a produselor textile.
- **Clienții trimit ușor articolele prin poștă**, iar croitorii MENDED le repară cu grijă.
- Colaborare cu brand-uri pentru acces liber la stofe și accesorii compatibile cu cele deteriorate.
- 72% dintre utilizatori nu au folosit anterior servicii de croitorie.
- Contribuie la reducerea amprente de carbon și a deșeurilor textile.



Sursa imagine:
<https://www.tiktok.com/@mended.eu/>

Model de afacere bazat pe servitizare este cel dezvoltat de MENDED, o companie din Țările de Jos care transformă modul în care consumatorii percep și accesează serviciile de reparație a hainelor. Misiunea lor este de a menține hainele în uz cât mai mult timp, reducând astfel impactul asupra mediului. Prin prelungirea duratei de viață a unui articol vestimentar cu doar 9 luni, se poate reduce amprenta de carbon, consumul de apă și cantitatea de deșeuri textile cu până la 20-30%.

MENDED a reușit să digitalizeze experiența de reparație, făcând-o la fel de simplă și atractivă ca achiziționarea unui produs nou. Clienții pot comanda online serviciile de reparație, iar compania se ocupă de tot procesul logistic, colaborând cu croitori profesioniști.

Un aspect distinctiv al MENDED este utilizarea conținutului digital pentru a schimba percepțiile consumatorilor. Fondatoarea companiei, Agnes Weber, o influenceriță cu o comunitate vastă, folosește platformele sociale pentru a promova reparația hainelor ca o alternativă modernă și sustenabilă la consumul excesiv.

Prin această abordare, MENDED nu doar că oferă un serviciu practic, dar contribuie și la educarea și schimbarea comportamentului consumatorilor, demonstrând că reparația hainelor poate fi o experiență pozitivă și la modă.



Exemple afaceri modelul „Servitizare”

The Renewal Workshop (Bleckmann) B2B

The Renewal Workshop, parte din Bleckmann, este un exemplu de afacere circulară care **oferă brandurilor o soluție pentru reducerea deșeurilor textile. Produsele returnate sau nesoldate sunt colectate, inspectate, curățate, reparate și reintroduse pe piață ca articole reînnoite.**

Până la 82% dintre produse pot fi salvate de la groapa de gunoi, iar emisiile de carbon pot fi reduse cu peste 50%.



Sursa imagine:
https://www.tiktok.com/@bleckmann_logistics/

Un alt exemplu de servitizare este cel oferit de Renewal Workshop, parte a companiei Bleckmann. Acest model se concentrează pe renovarea și revânderea produselor textile returnate, care altfel ar fi considerate deșuri.

Procesul implică colectarea, sortarea, curățarea, repararea și reambalarea articolelor vestimentare, transformându-le în produse reînnoite, gata pentru o a doua viață.

Conform cercetărilor efectuate, 82% dintre produsele clasificate inițial ca deșuri pot fi reînnoite și revândute, contribuind astfel la reducerea amprente de carbon cu până la 51,5% comparativ cu producția unui articol nou.



Exemple afaceri modelul „Servitizare”

LENA THE FASION LIBRARY, Țările de Jos B2C, femei, 16-50 ani

LENA este o **bibliotecă de îmbrăcăminte** și oferă consumatorilor acces servicii de îmbrăcăminte vintage de calitate înaltă și la mărci sustenabile (fără drept de proprietate).

Compania are peste 200 de abonați și lucrează la îmbunătățirea și scalarea conceptului său prin colaborarea cu comercianții existenți.

Până la 50% dintre abonații LENA au exprimat că au încetat să mai cumpere haine de când au început să împrumute haine de la LENA.



Sursa imagine:
<https://www.iamsterdam.com/>

LENA The Fashion Library este un alt exemplu inovator de model de economie circulară bazat pe servitizare în sectorul B2C, care funcționează ca o bibliotecă de haine, oferind acces la îmbrăcăminte vintage de calitate și branduri sustenabile, fără ca utilizatorii să dețină efectiv produsele.

Publicul țintă este format în special din femei cu vârsta cuprinsă între 16 și 50 de ani. Peste 50% din abonați spun că au încetat să mai cumpere haine de când au început să le împrumute.

Cu peste 200 de abonați activi, LENA colaborează cu comercianți existenți pentru a-și extinde afacerea, evidențiind faptul că partajarea poate oferi o soluție sustenabilă în locul modei tradiționale, bazate pe deținere și consum excesiv.



Model 3. Suficiență



A face mai mult cu mai puțin!

Considerații de bază:

- Gestionarea cererii
- Longevitatea produsului
- Ambalaje sustenabile
- Educarea consumatorului

Soluții care urmăresc activ reducerea consumului și producției.

Al 3-a și ultimul model de afaceri circular analizat în acest modul este **modelul suficiență**, care are la bază principiul: A face mai mult cu mai puțin. Este vorba despre reducerea consumului și a producției – nu doar prin eficiență, ci și prin gestionarea cererii și încurajarea unui comportament de consum mai responsabil.

Acest model presupune creșterea durabilității produselor, folosirea de ambalaje sustenabile, dar și educarea consumatorilor pentru alegeri mai conștiente.

E un pas esențial în tranziția către economia circulară, unde succesul nu se măsoară doar prin vânzări, ci prin impactul redus asupra mediului și longevitatea valorii create.



Considerații de bază pentru modele de “Suficiență” GESTIONAREA CERERII



Sursa: www.dressipi.com/blog/increasing-profitability-with-ai-demand-forecasting/

Conform industriei, 1/3 din produse sunt vândute la preț întreg, 1/3 din produse sunt vândute la reduceri și 1/3 din colecția produsă nu generează aproape niciun venit și ocupă spațiu ca stoc mort.

SUPORTUL DE CURS ESTE PROPRIETATEA AD "E-CIRCULAR" ȘI NU POATE FI COPIAT, MULTIPLICAT ȘI DISTRIBUIT, ETC.

WWW.E-CIRCULAR.ORG / INSTRUIRI@E-CIRCULAR.ORG



Parte a modelului suficiență este gestionarea cererii, care presupune **aliniera ofertei la nevoile reale ale consumatorilor**, în scopul de a evita supraproducția, risipa de resurse și pierderile comerciale, contribuind la marje de profit mai bune și reducerea riscurilor de supraproducție.

În mod obișnuit, doar o treime din produsele lansate se vând la preț întreg, iar o altă treime aproape că nu se vinde deloc. Acest dezechilibru poate fi corectat printr-o înțelegere mai precisă a comportamentului de consum.

Chiar și brandurile mici sau aflate la început pot aplica strategii simple de gestionare a cererii. De exemplu prin analiza cifrelor de vânzări în timp real, observațiile și feedbackul colectat de la managerii de magazine, crearea de comunități online ale clienților pentru consultare directă. Toate acestea ajută la decizii mai bune privind ce, cât și când să se producă. Inteligența artificială are un rol esențial în eficientizarea acestor procese. Cu ajutorul AI pot fi identificate produsele sau dimensiunile cu cerere scăzută sau ridicată, poate fi ajustată producția în funcție de prognoze.

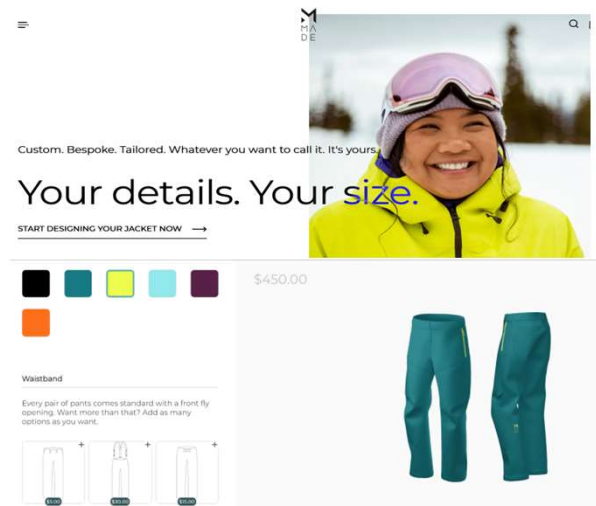
De exemplu, dacă dimensiunile 6 și 8 pentru produsele vestimentare prezentate în imagine au o cerere estimată în creștere cu 8%, atunci brandul poate suplimenta stocul doar acolo unde este nevoie. Toate aceste măsuri au ca efect direct– **se produce doar ceea ce este necesar, respectiv** se evită stocurile nevândute care ajung arse sau la groapa de gunoi.



Exemple afaceri modelul „Suficiență”

MADE Outdoor, model B2B și B2C

MADE Outdoor oferă **servicii de creare a produselor la comandă**, ceea ce le permite clienților să aibă articole personalizate care să răspundă exact nevoilor și preferințelor lor.



Sursa imagine: <https://madeoutdoor.com/>

Un exemplu de afacere care a implementat modelul de suficiență este compania MADE Outdoor – un brand care produce articole personalizate la comandă, dedicate celor pasionați de activitățile în aer liber. Prin modelul implementat compania evită risipa specifică producției în masă și livrează produse care se potrivesc perfect nevoilor și corpului clientului. Asta înseamnă mai puține retururi, o durabilitate crescută și un consum mult mai responsabil. În plus, clienții pot alege materiale sustenabile, funcționalități adaptate și specificații care reflectă valorile lor personale – fie ele legate de etica socială, impactul ecologic sau exclusivitate. Această abordare consolidează angajamentul MADE față de o industrie mai sustenabilă, în care calitatea și personalizarea sunt prioritare, nu volumul. **Este o dovadă clară că mai puțin poate însemna mai bine – pentru oameni, pentru mediu și pentru afacere.**



Exemple afaceri modelul „Suficiență” și ambalaje sustenabile

Design minimalist pentru ambalaje, cu mai puțin plastic și hârtie folosită. Această abordare nu doar reduce deșeurile, ci și comunică angajamentul unei mărci față de sustenabilitate.

Ambalaje reutilizabile și circulare, cum ar fi saci sau cutii de îmbrăcăminte reutilizabile, care pot fi returnate către marcă pentru reutilizare sau reciclare.



SUPOORTUL DE CURS ESTE PROPRIETATEA AD "E-CIRCULAR" ȘI NU POATE FI COPIAT, MULTIPLICAT ȘI DISTRIBUIT, ETC.

WWW.E-CIRCULAR.ORG / INSTRUIRI@E-CIRCULAR.ORG



Un alt aspect esențial al modelului de suficiență este ambalajul, adesea neglijat, dar cu un impact major asupra mediului.

Brandurile care adoptă acest model aleg designuri minimaliste, folosind mai puțin plastic și mai puțină hârtie. Nu e vorba doar de estetică, ci de un angajament real față de sustenabilitate.

Tot mai multe companii investesc în ambalaje reutilizabile cum ar fi saci sau cutii care pot fi returnate, reumplute și repuse în circulație.



Ambalaje din deșuri textile pre-consum



SUPORTUL DE CURS ESTE PROPRIETATEA AO "E-CIRCULAR" ȘI NU POATE FI COPIAT, MULTIPLICAT ȘI DISTRIBUIT, ETC.

WWW.E-CIRCULAR.ORG / INSTRUIRI@E-CIRCULAR.ORG



De cele mai multe ori soluția este la îndemâna producătorilor și anume producerea de ambalaje din propriile resturi textile pre-consum. În loc ca aceste materiale să ajungă la groapa de gunoi deja sub formă de deșuri, ele sunt transformate în ambalaje durabile precum saci, pungi sau huse, folosite pentru livrarea noilor articole vestimentare. Această soluție are dublu impact, reduce deșeurile textile și înlocuiește ambalajele de unică folosință, contribuind la un lanț de aprovizionare mai sustenabil și responsabil.



Ambalaje din deșeuri textile pre și post consum

Studiu de caz:

Colaborarea KIUD cu Pakendikeskus, Estonia

B2B

Ambalaje sustenabile din materie reciclată

Cutii, produse în Estonia, din deșeuri textile, sunt ideale pentru ambalarea cadourilor sau transportul articolelor. Oferă nu doar protecție, ci și o experiență plăcută la despachetare – o alternativă sustenabilă care îmbină funcționalitatea cu designul atractiv.



Sursa imagine:
<https://kiud.io/expanding-sustainable-packaging-choices-kiuds-collaboration-with-pakendikeskus/>

Un exemplu de inovație sustenabilă sunt ambalaje eco-friendly, reutilizabile, din deșeuri textile, create pentru a înlocui ambalajele de unică folosință.

În loc ca resturile de textile să fie aruncate, acestea sunt transformate în cutii de ambalaj durabile, perfecte pentru inclusiv pentru transport și pentru a fi oferite drept cadou. Cutia din imagine ca exemplu este realizată din materiale textile reciclate, provenite din deșeuri sau haine returnate, și disponibilă în mai multe magazine din Estonia.



Implicarea echipei pentru a crea produse circulare!

Designeri: Integrează principiile designului circular în strategiile de trend și produs, pentru a crea produse comerciale durabile.

Echipele de marketing: Trebuie să înțeleagă principiile designului circular și să le comunice clienților, astfel încât aceștia să ia decizii informate.

Echipele Tehnică/Conformitatea Produsului:

Crează tipare eficiente pentru a reduce deșeurile de material și pentru a face produsele mai durabile și reciclabile.

Echipele de sustenabilitate:

Dezvoltă strategii pentru produse durabile cu impact mare și sprijină implementarea acestora.



Crearea de produse circulare nu este responsabilitatea unui singur departament, ci presupune colaborarea activă a tuturor echipelor din companie și din lanțul de aprovizionare. Designerii au rolul de a integra principiile circularității încă din faza de concept, alegând materiale durabile și soluții de design care facilitează reutilizarea sau reciclarea. Echipele tehnice optimizează procesele de producție pentru a reduce deșeurile și a îmbunătăți calitatea produselor, iar departamentele de sustenabilitate asigură alinierea la obiectivele de mediu ale companiei. Marketingul are misiunea de a transmite consumatorilor valoarea reală a acestor produse – nu doar prin vânzare, ci și prin educare. Doar prin implicarea tuturor acestor roluri, viziunea unei afaceri circulare poate deveni o realitate practică și sustenabilă.

Concluzii cheie!

Trecerea de la produs la serviciu

Modelele de afaceri circulare în sector oferă posibilitatea de a dezvolt servicii noi, respectiv consumatorii plătesc pentru utilizare, nu pentru deținerea produsului, iar veniturile provin din servicii, nu din vânzări repetate.

Proiectarea pentru circularitate

Un model de afaceri circular eficient începe încă din faza de design: produse gândite să fie durabile, reparabile, ușor de dezasamblat și reciclabile, ceea ce extinde ciclul de viață și valorifică mai bine resursele.

Valorificarea fluxurilor post-consum

Brandurile circulare integrează mecanisme de colectare și reutilizare a hainelor uzate (take-back schemes), transformând deșeurile în resurse și generând noi surse de venit prin upcycling sau revânzare.



**„Parteneriatele și împărtășirea cunoștințelor
sunt cheia. Economia circulară este 20%
produse și materiale, și 80% proces.”**

RIEN OTTO

Rien Otto, expert renumit în economia circulară, afirmă „Parteneriatele și împărtășirea cunoștințelor sunt cheia. Economia circulară este 20% produse și materiale, și 80% proces.” Este un citat care reflectă esența economiei circulare și importanța colaborării.



Cursul „Economia Circulară și practici sustenabile în industria T&Î” este elaborat de A.O. Centrul de instruire și consultanță E-Circular în cadrul Programului RECONOMY

RECONOMY
Revizuirea economiei circulare

HELVETAS

Sweden
Sverige

e-Circular
Centrul de instruire și consultanță

Cursul „Economia Circulară și practici sustenabile în industria textilă și îmbrăcăminte” este elaborat de A.O. Centrul de instruire și consultanță E-Circular în cadrul Programului RECONOMY.