



**HUMANA**  
PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

## **Economia circolare e solidarietà, HUMANA mette al centro il futuro**

**Al Salone CSR e IS 2017 si è parlato di utilizzo responsabile delle risorse e buone prassi per realizzare uno sviluppo sostenibile**

Milano, 4 ottobre - *“Economia circolare: dal territorio alla solidarietà internazionale”*. Questo il titolo dell'evento che l'organizzazione umanitaria HUMANA People to People Italia ha tenuto in occasione del Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale 2017, tenutosi in Università Bocconi. Un avvenire sostenibile è possibile, a patto di tradurre le buone intenzioni in atti concreti a salvaguardia degli ecosistemi locali e di quello mondiale.

Il paradigma dell'economia basato sulla linearità del percorso produzione-distribuzione-consumo-smaltimento, ha rivelato limiti inequivocabili: una popolazione globale inesorabilmente in crescita, in particolare nei paesi emergenti, consuma risorse e genera rifiuti come se avesse a disposizione non un solo pianeta ma più di un pianeta e mezzo. L'economia circolare, orientata alla rigenerazione delle risorse, oggi non può più essere una scelta ma una condizione per garantire un futuro sostenibile, equità nello sviluppo e rispetto per l'ambiente.

Grazie alla propria filiera di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati, HUMANA è in grado di estendere il ciclo di vita di capi di abbigliamento che, altrimenti, destinati a diventare rifiuti. Il recupero dei vestiti donati nei contenitori con il logo di HUMANA genera inoltre un importante **impatto sociale** (nel 2016 oltre 1,4 milioni di euro sono stati utilizzati a sostegno degli interventi di cooperazione internazionale) e **ambientale**, grazie alla riduzione delle emissioni di CO2, al non utilizzo di pesticidi e fertilizzanti e alla riduzione dello spreco di miliardi di litri di acqua che sarebbero serviti per generare nuovi capi. Tutto ciò assicurando la piena sostenibilità anche dal punto di vista economico.

Dalle recenti indagini di mercato quali-quantitative condotte da HUMANA, in collaborazione con Target Consulting, si evince che i principali driver di scelta del donatore di abiti sono fondamentalmente due: la **garanzia di una destinazione sicura** e di un corretto ciclo di vita del vestito e la **finalità sociale delle donazioni** dei propri capi usati. Per rispettare il “mandato del cittadino” che sceglie di dare una seconda vita ai propri indumenti, quindi, centrale è l'aspetto solidaristico. Dalle interviste fatte, infatti, si registra una propensione media a donare più elevata nel caso in cui la donazione degli indumenti abbia uno scopo sociale, che miri quindi al sostegno di interventi di sviluppo nel Sud del mondo o a progetti sociali in Italia.

Innestare la logica circolare nei nostri comportamenti e nelle nostre scelte è un risultato raggiungibile grazie a valori come la solidarietà e la cooperazione. HUMANA intende mettere in luce questi aspetti, ponendo l'accento sulla necessità di investire nella condivisione di buone

prassi, specialmente tra attori diversi, al fine di generare sinergie allargate e sensibilizzare altre aziende a revisionare il proprio modello organizzativo interno.

Ulteriore fattore ad impatto positivo per la salute del pianeta sarebbe la crescita della *second-hand economy*, che fa del riciclo e del nuovo utilizzo degli oggetti le sue cifre caratterizzanti. Notevolissimi i benefici che scaturirebbero da una sua diffusione. Un mercato dell'usato che, anche in Italia, presenta numeri sempre più considerevoli: dalla ricerca realizzata da Doxa per Subito.it il 47% degli italiani (con più di 18 anni) ha comprato o venduto beni usati. *“Un trend crescente che vale oggi 19 miliardi -oltre l'1% del PIL italiano- e che, nel corso del 2016 è cresciuto di circa 1 miliardo rispetto all'anno prima”* afferma Anna Comincini di Doxa S.p.A.

Esperienze sul tema del riciclo creativo e sui principali punti del Quaderno italiano di economia circolare sono stati presentati inoltre rispettivamente da Arturo Bertoldi, responsabile Educazione Ambientale del Gruppo Iren e da Tiziana Massare di AISEC.

La riflessione di HUMANA People to People Italia, da sempre impegnata nell'attività di sensibilizzazione in materia di reimpiego delle risorse, prende le mosse dalla considerazione dello scenario globale, che appare minacciato da gravi rischi. Se la popolazione mondiale infatti raggiungesse 9,6 miliardi e gli stili di vita attuali rimanessero quelli attuali, entro il 2050, sarebbero necessari tre pianeti per soddisfare la domanda di risorse naturali. HUMANA ha presentato anche la propria idea di economia circolare, concetto ormai strategico e in linea con gli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDG 12).

Alessandro Strada, Responsabile Marketing e Key-Partners di HUMANA, intervenendo durante i lavori della prima giornata, ha tenuto a sottolineare come i piccoli gesti che ciascuno di noi può compiere quotidianamente siano alla base del cambiamento su scala globale: *“costruire un mondo più equo dipende, in prima istanza, dall'operato di noi cittadini. Dallo spirito di solidarietà può nascere un nuovo approccio al consumo di prodotti, fondato sull'idea che questi possano godere di una seconda vita, oltre il tradizionale ciclo di utilizzo”*.

La condivisione di esperienze, come alcune di quelle presentate oggi, è quindi un passo concreto in questa direzione. *“Grazie alla collaborazione tra Mercatopoli e HUMANA è possibile allungare il ciclo di vita di beni ancora riutilizzabili, creando nuovi stimoli per lo sviluppo sul territorio”* Alessandro Giuliani. *“Quando si parla di economia circolare si può fare riferimento a concetti specifici diversi: reuse, reduce e recycling delle eccedenze di produzione. Proprio in quest'ultima sfera rientra l'iniziativa “Anche con i piedi si può dare una mano” che Assocalzaturifici (Associazione Nazionale dei Calzaturifici Italiani che raggruppa 600 imprese del settore) sta portando avanti con HUMANA, ottenendo i primi importanti risultati”* afferma Tommaso Cancellara di Assocalzaturifici e continua *“speriamo che questo possa essere solo l'inizio di una collaborazione che potrebbe magari essere estesa anche ad altri settori oltre che a quello delle calzature”*.

Ufficio Stampa HUMANA People to People Italia

EPR Comunicazione