



Studii de caz

Afaceri Circulare în Industria Textilelor și a Îmbrăcămintei



HELVETAS



e-Circular
Centrul de instruire și
consultanță

Cuprins

Introducere	2
Problema actuală a industriei textile: resurse, risipă și deșeuri	3
Ce reprezintă o „Afacere Circulară”	4
Modele de afaceri circulare în Industria Textilelor și a Îmbrăcăminteii	5
• <i>Circuit închis</i>	8
• <i>Servitizare</i>	15
• <i>Suficiență</i>	19
Bariere întâlnite	22



Introducere

Industria Textilelor și a Îmbrăcăminteii (T&Î) este un sector industrial ce consumă cantități uriașe de resurse și generează numeroase probleme de mediu. În cadrul modelului liniar actual, această industrie se bazează în mare parte pe resurse neregenerabile: petrol pentru fibre sintetice, îngrășăminte pentru bumbac și diverse substanțe chimice pentru producerea, vopsirea și finisarea textilelor. Valoarea reală a resurselor folosite, precum apa curată, energia sau solul fertil, este deseori trecută cu vederea ori subvenționată, iar impactul asupra mediului nu se regăsește în prețul final al produsului. În consecință, hainele ieftine ascund un cost de mediu ridicat, resimțit atât în țările producătoare, cât și la nivel global; iar la finalul ciclului de viață articolele textile ce devin deșeuri nu sunt gestionate corespunzător.

Tranziția de la modelul liniar la cel circular cere o abordare integrată a modului în care sunt gestionate resursele și deșeurile în industria T&Î, pe întregul ciclu de viață al produselor. Aceasta înseamnă utilizarea unor materiale mai durabile, adoptarea unor tehnologii de reciclare mai eficiente, aplicarea unor scheme puternice de Responsabilitate Extinsă a Producătorului (REP) și dezvoltarea unor modele de afaceri care încurajează reutilizarea și partajarea resurselor. Scopul este de a închide buclele de producție și consum, de a folosi resursele mult mai responsabil și de a construi o industrie a modei cu un impact redus asupra mediului.

Acest ghid prezintă studii de caz din industria T&Î care arată, în mod concret, cum pot fi aplicate principiile economiei circulare. Veți descoperi exemple de companii care folosesc strategii de reutilizare, reciclare și extindere a duratei de viață a produselor, precum și modele de afaceri inovatoare ce îmbină sustenabilitatea cu viabilitatea economică. Scopul ghidului este de a inspira și sprijini actorii din industrie să adopte practici circulare și să contribuie la reducerea impactului asupra mediului.

Problema actuală a industriei textile: resurse, risipă și deșeuri

La nivel global, se consumă anual aproximativ 100 de miliarde de tone de materiale, dintre care 3,25 miliarde de tone sunt utilizate de industria textilă. Conform raportului [Circularity Gap Report Textiles](#), doar 9,6 milioane de tone provin din surse secundare, ceea ce evidențiază dependența accentuată a sectorului de materiile prime virgine. Mai mult, doar 0,3% din materialele folosite la nivel global în industria textilă sunt reciclate, majoritatea provenind din sticle de plastic, în timp ce reciclarea textilelor în textile rămâne aproape inexistentă.

Presiunea asupra resurselor este amplificată de creșterea constantă a producției și consumului de textile. În 2022, producția globală de fibre a atins un nivel record de 116 milioane de tone, în creștere față de 112 milioane de tone în anul precedent. În același timp, consumul de fibre pe cap de locuitor a crescut semnificativ în ultimele decenii, de la 8,3 kg în 1975 la 14,6 kg în 2022. Pe fondul acestei cereri în creștere, piața globală a industriei textile, evaluată la 1,7 trilioane de euro în 2023, este estimată să crească cu 7,4% anual până în 2030, ceea ce va intensifica și mai mult impactul asupra mediului, în lipsa unor strategii circulare.

Acest model liniar de producție și consum este profund nesustenabil. Până la 30% din articolele de îmbrăcăminte produse anual rămân nevândute, contribuind direct la risipa de resurse și la acumularea de deșeuri.

Comportamentele de consum au un rol important în această dinamică. Creșterea achizițiilor impulsive face ca multe haine să nu fie purtate niciodată. Se estimează că 80% din produsele fabricate devin deșeuri în primele șase luni de la achiziție (Baker-Brown, The Re-Use Atlas). În Marea Britanie, studiile WRAP arată că un articol vestimentar este purtat, în medie, doar 2,2 ani, iar numărul mediu de purtări a scăzut cu 36% față de acum 15 ani.

Creșterea volumelor de producție este posibilă, în mare parte, datorită combustibililor fosili subvenționați și forței de muncă ieftine, ceea ce permite brandurilor să opereze pe un model axat pe cantitate, nu pe calitate. Acest lucru a dus la o scădere a calității articolelor de îmbrăcăminte, la o durată de viață tot mai scurtă a produselor și la consolidarea unui sistem bazat pe extracție continuă de resurse și generare accelerată de deșeuri. Toate aceste aspecte subliniază nevoia urgentă de a regândi modul în care producem, consumăm și gestionăm textilele.

30%
din articolele de
îmbrăcăminte
produse anual
rămân nevândute!





Ce reprezintă o AFACERE CIRCULARĂ

Economia circulară este, prin definiție, regenerativă, bazându-se pe principiul buclelor închise. În contextul industriei T&Î, abordarea circulară urmărește dezvoltarea unui sistem sustenabil, în care produsele textile și materialele își păstrează valoarea cât mai mult timp, iar durata de utilizare a hainelor este prelungită.

Într-un astfel de sistem, materialele nu sunt eliminate după prima utilizare, ci sunt reciclate în mai multe cicluri, iar produsele sunt gândite de la început pentru a putea fi integrate într-un sistem care susține circularitatea. Proiectarea inițială trebuie să țină cont de mai multe cicluri de viață ale produselor, iar materialele trebuie să circule în sistem astfel încât deșeurile să fie colectate și apreciate ca resurse valoroase pentru reciclare și recuperare.

Trecerea la economia circulară în industria T&Î presupune o abordare sistemică, care implică toți actorii din industrie: designeri, producători, furnizori, comercianți și chiar consumatori. Fiecare etapă și fiecare participant trebuie să contribuie la închiderea buclei, astfel încât resursele să fie folosite mai eficient și impactul asupra mediului să fie redus.

Beneficiile afacerilor circulare

Protejarea mediului

Prin reducerea consumului de materii prime, a poluării și a cantităților de deșeuri textile.

Eficiență economică

Prin utilizarea mai eficientă a materialelor și reducerea costurilor pe termen lung.

Inovație și competitivitate

Firmele care adoptă modele circulare pot răspunde mai bine cererii tot mai mari pentru produse sustenabile și pot câștiga noi segmente de consumatori.

Responsabilitate socială

Prin contribuția la condiții de muncă mai echitabile și la un consum mai responsabil.

Prin aplicarea modelelor de afaceri circulare, industria textilă are șansa de a se transforma dintr-un sector extrem de poluant într-un exemplu de sustenabilitate și responsabilitate. În paginile următoare, vom explora în detaliu fiecare model și vom ilustra modul în care ele sunt aplicate în practică prin studii de caz relevante.

ARTICOLELE TEXTILE TREBUIE COLECTATE LA FINALUL UTILIZĂRII,
PENTRU CA MATERIALELE SĂ POATĂ FI REUTILIZATE SAU RECICLATE.

Modele de afaceri circulare în industria T&I

Modelele de afaceri circulare reprezintă modalități prin care companiile regândesc modul de creare, furnizare și consum al produselor. Ele se îndepărtează de modelul liniar „extrage resurse – produce – aruncă” și se bazează pe principiile **3R: Reducere, Refolosire și Reciclare**, integrând elemente de servitizare, închidere a buclei și echilibru între producție și consum. Aceste modele permit prelungirea duratei de viață a produselor, economisirea resurselor și reducerea impactului asupra mediului. Totuși, circularea materialelor implică și costuri de mediu și trebuie completată de strategii de suficiență, care reduc volumul total de produse puse pe piață.

În industria T&I, majoritatea strategiilor de economie circulară se concentrează pe nivelurile inferioare ale ierarhiei circulare (Fig. 1), cum ar fi vânzarea de produse second-hand, închirierea, repararea și reciclarea.

Reciclarea — inclusiv reciclarea textil-textil — este adesea prezentată ca soluție pentru supraproducție. În realitate, capacitatea tehnologică și infrastructura necesară sunt limitate. Reciclarea nu rezolvă supraproducția din două motive principale: consumă multă energie și generează emisii de carbon, iar materialele pierd din calitate, limitând numărul de cicluri de reciclare. Reciclarea chimică are dezavantaje și mai mari: consum intens de energie și substanțe chimice, emisii ridicate, dependență de industria petrochimică și generare de deșeuri.

Pentru a produce schimbări reale, industria textilă trebuie să adopte modele de afaceri circulare aliniate cu nivelurile superioare ale ierarhiei economiei circulare: refuzarea producției inutile, regândirea modului de proiectare și comercializare a produselor și reducerea volumului total de materiale utilizate.



Fig. 1 Ierarhia aspirațională a economiei circulare (sursa: ECOS)

Există 4 strategii-cheie ale economiei circulare în industria T&Î, prezentate schematic și modul în care ele se completează reciproc în Figura 2.

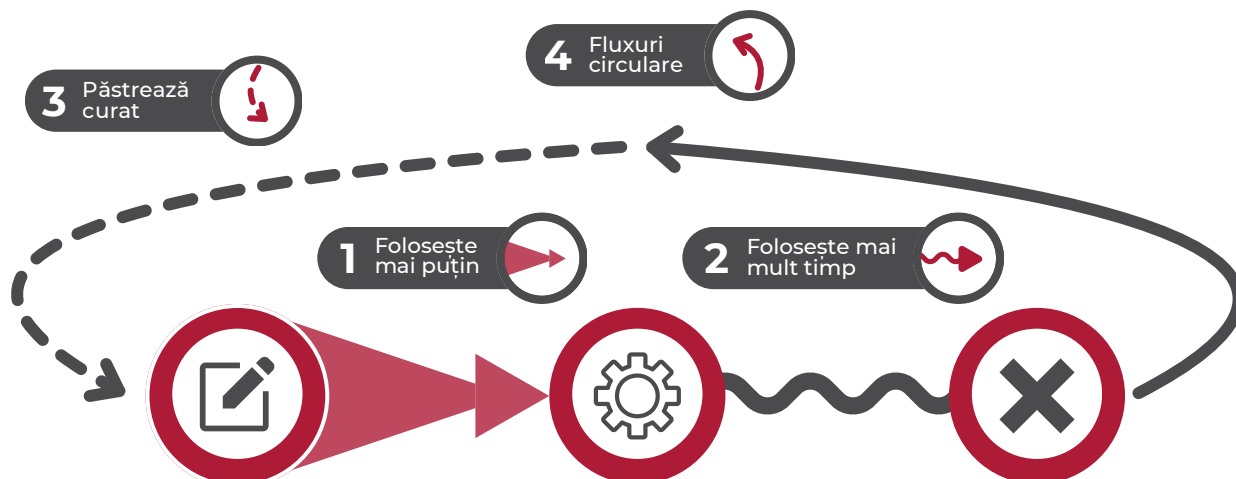


Fig. 2 Strategii în reducerea consumului de materiale, prelungirea duratei de viață a produselor, menținerea ecosistemelor curate și promovarea fluxurilor circulare

1 FOLOSEȘTE MAI PUȚIN

- 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.
- Îmbunătățirea proceselor agricole pentru obținerea fibrelor naturale, utilizând metode mai puțin intensive în resurse.

2 FOLOSEȘTE MAI MULT TIMP

- 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.

3 PĂSTREAZĂ CURAT

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

4 FLUXURI CIRCULARE (FOLOSEȘTE DIN NOU)

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

Acste strategii nu sunt izolate, ele se completează și se suprapun. 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.

Pentru a ilustra modul în care economia circulară poate fi aplicată în industria textilă, acest ghid analizează trei tipuri principale de modele de afaceri circulare:

1



Circuit închis

2



Servitizare

3



Suficiență

Aceste modele oferă soluții concrete prin care companiile pot reduce consumul de resurse, pot diminua cantitatea de deșuri generate și pot prelungi durata de viață a produselor textile. În contextul presiunii tot mai mari asupra resurselor naturale, al poluării și al impactului climatic al industriei modei, adoptarea modelelor de afaceri circulare devine o condiție esențială pentru tranziția către un sector textil mai sustenabil.

Succesul acestor modele depinde de colaborarea tuturor actorilor din lanțul valoric – de la producători de materii prime și designeri, până la retaileri și consumatori. Fiecare contribuie esențial la construirea unui sistem mai durabil și mai eficient din punctul de vedere al utilizării resurselor.



26%

dintre hainele din garderobă nu sunt purtate niciodată, ceea ce indică un nivel ridicat de supra-consum.

Cererea de haine noi și *trendy* nu este determinată de nevoi, ci mai degrabă de dorințe, induse de strategii de marketing și publicitate agresivă.

Modelul de afaceri circulare

CIRCUIT ÎNCHIS



Circuitul închis este un model de afaceri circulare unde materialele și produsele 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 materialele să fie ușor de recuperat și reciclat.

În piețele B2B, acest model are un potențial ridicat datorită fluxurilor standardizate de materiale și eficiența proceselor de reciclare.

Adoptarea acestui model devine mai rentabilă atunci când costurile reciclării scad, prețurile resurselor virgine cresc sau sunt introduse stimulente politice, 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 - prelungirea vieții produselor și valorificarea lor

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 circulație fără a le altera semnificativ structura.

Acest model este deosebit de 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 și, în prezent, dominată de platformele peer-to-peer sau de retailerii terți. În special în sectorul bunurilor de lux și al îmbrăcămintei pentru copii, unde articolele sunt utilizate mai puțin intensiv, reutilizarea poate deveni o strategie cheie de sustenabilitate și profitabilitate.

Prin integrarea reutilizării în modelul de circuit închis, mărcile pot nu doar să reducă impactul asupra mediului, ci și să creeze noi oportunități de business, consolidând loialitatea clienților și aliniindu-se cerințelor tot mai stricte privind economia circulară.



PATAGONIA, SUA

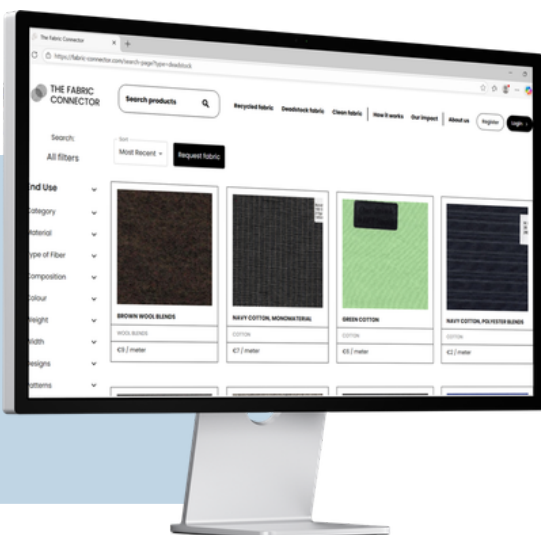
FABRICAREA HAINELOR DIN POLIESTER RECICLAT

Patagonia este un brand de îmbrăcăminte ce se ocupă cu **transformarea deșeurilor din plastic în țesătură din poliester pentru îmbrăcăminte**. Compania a găsit o modalitate de a recicla sticlele de plastic, găsind o utilizare bună pentru acest flux de deșeuri, transformându-l într-un bun de valoare mai mare.



În 1993, Patagonia a produs prima jachetă fleece din poliester din sticle reciclate. Avea o nuanță verde fiind produs din sticle verzi de sifon. Acum, deșeurile de fabricație, sticlele de plastic și îmbrăcăminte uzată sunt reciclate în îmbrăcăminte nouă, închizând literalmente bucla de reciclare. Linia de produse Patagonia s-a extins de la jachete fleece pentru a include 82 de produse cu poliester reciclat, inclusiv pantaloni izolați, jachete de puf și beanies.

[Colecția Recycled, Patagonia](#)



FABRIC CONNECTOR, ȚĂRILE DE JOS INTEGRARE REZIDUURI TEXTILE ÎN PRODUCȚIE

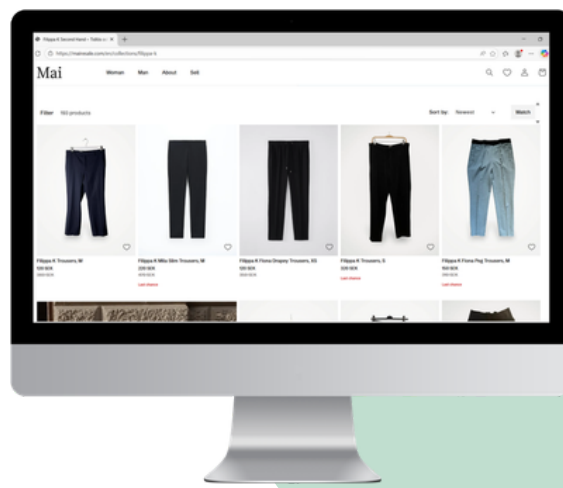
Fabric Connector este o platformă digitală care conectează actorii principali din industrie – de la furnizori de materiale la designeri, producători și inovatori. Obiectivul lor este să creeze un ecosistem colaborativ în care resursele textile – inclusiv **deșeurile sau surplusurile** – sunt **reintegrate în lanțul de producție**. Astfel, materialele nu devin deșeuri, ci capătă o nouă viață în produse noi.

În plus, prin digitalizare și transparență, platforma le permite utilizatorilor să urmărească originea materialelor și traseul acestora, ceea ce contribuie la un lanț valoric mai responsabil și sustenabil.

[The Frabric Connector](#)

FILIPPA K RESALE, SUECIA VÂNZAREA HAINELOR PURTATE

Filippa K Resale este un exemplu de **model de afacere circular de tip circuit închis asistat de brand** în industria textilă. Prin intermediul platformei Mai, clienții pot vinde direct articole Filippa K deja utilizate, care sunt apoi verificate, curate și revândute ca articole la mâna a doua, conform standardelor stabilite de brand.



În acest model, produsele rămân în ecosistemul Filippa K, chiar dacă transferul inițial este realizat de la client la client. Brandul asigură criterii clare de selecție, controlul calității și coerența procesului de revânzare, contribuind astfel la menținerea articolelor în utilizare pentru o perioadă mai lungă de timp.

Prin facilitarea revânzării și menținerea controlului asupra calității, Filippa K Resale sprijină prelungirea duratei de viață a produselor și utilizarea eficientă a resurselor deja investite în producerea acestora.

[FILIPPA K | MAI Resale](#)



MUD JEANS, ȚĂRILE DE JOS ARTICOLE DE DENIM CIRCULARE

MUD Jeans este un exemplu de model de afacere circular de tip circuit închis, bazat pe **colectarea** blugilor uzați **și reintroducerea materialelor în procesul de producție**. Brandul recuperează blugi proprii și de la alte mărci, care sunt reciclați pentru a produce noi articole din denim.

Modelul integrează designul pentru reciclare și reciclarea fibră-fibră, reducând utilizarea materiilor prime virgine. Prin controlul etapelor-cheie ale ciclului de viață – colectare, reciclare și producție – MUD Jeans menține materialele în uz într-un circuit material închis.

Pe lângă reciclare, MUD Jeans oferă și opțiuni de închiriere pentru blugi, contribuind la prelungirea duratei de utilizare a produselor. Acest model demonstrează cum un circuit închis poate fi combinat cu modelul de afaceri circulare bazate pe servitizare (descrie în continuare) pentru a reduce consumul de resurse și generarea de deșeurile textile.

[MUD Jeans Sustainability](#)

DORI LYS, ROMÂNIA

RECICLARE CREATIVĂ DIN HAINE DONATE

Dori Lys este un brand care lucrează cu **articole textile donate**, precum denim, costume, cravate și textile tradiționale, transformându-le în piese contemporane prin **upcycling (reciclare creativă) și meșteșug**. Brandul evită supraproducția și nu realizează stocuri mari, fiecare piesă fiind creată în serii mici, adaptate materialelor disponibile și poveștilor pe care acestea le poartă.



Modelul de afacere al Dori Lys contribuie semnificativ la reducerea deșeurilor textile și la scăderea dependenței de materii prime virgine, în timp ce extinde gama de produse sustenabile disponibile pe piață. Prin reutilizarea materialelor colectate, brandul reduce costurile asociate achiziției de materie primă, promovează un stil de producție responsabil și ajută la păstrarea tradițiilor textile prin integrarea meșteșugului în piese contemporane. În plus, proiectul inspiră consumatorii să adopte un comportament mai conștient în privința hainelor, oferind produse cu valoare estetică, practică și culturală.

[Colectare denim](#)



PLNGNS, UCRAINA

STREETWEAR DIN MATERIALE RECUPERATE

PLNGNS este un brand de modă sustenabil fondat în 2021, care lucrează cu **materiale post-consum pentru a crea haine și articole streetwear unice**. Brandul transformă sneakers și uzați și alte materiale recuperate în piese vestimentare și accesorii noi, prin procese de upcycling și design creativ, păstrând elemente originale ale materialelor pentru a sublinia transformarea și istoria lor.

Fiecare piesă PLNGNS este concepută ca unică, deoarece materialele de bază provin din obiecte deja folosite, iar abordarea brandului combină sustenabilitatea cu estetica urbană contemporană. Colecțiile prezentate la evenimente internaționale, cum ar fi Berlin Fashion Week, ilustrează cum materialele vechi pot fi reimaginate în piese inovatoare, reducând impactul asupra mediului și evidențiind potențialul circular al textilelor. Brandul contribuie la [economia circulară](#) prin reutilizarea materialelor existente, reducerea deșeurilor textile și promovarea unui mod de producție bazat pe resurse recuperate, demonstrând că moda sustenabilă poate fi atât creativă, cât și responsabilă.

[PLNGNS Sustainable Development Strategy](#)

DENIM CYCLE PROJECT, ARMENIA DIN DEȘEURI ÎN MODĂ DE LUX

Denim Cycle Project este un exemplu de model circular bazat pe circuit închis, care demonstrează cum designul circular poate genera **produse cu valoare estetică și comercială ridicată**. Derulat de Camera Modei și a Industriei de Confecții din [Armenia](#), proiectul a implicat tineri creativi din școli de artă și design, mentorați timp de opt luni de designeri consacrați.



Abordarea nu a vizat reciclarea materialului, ci upcycling-ul, tratând denimul uzat ca resursă valoroasă pentru creație. Rezultatul a constat în [colecții capsulă](#) „ready-to-shop” (destinate vânzării directe), realizate exclusiv din blugi recuperați, demonstrând că materialele existente pot fi reintegrate în circuitul economic fără pierderea valorii, ci dimpotrivă, prin creșterea acesteia. Denim Cycle Project ilustrează rolul designului, al competențelor creative și al colaborării locale în construirea unui model de afacere circular funcțional și replicabil.

[Reportaj revista AVESSA](#)



CIRCULLARTEX, ARMENIA DEȘEURI TEXTILE TRANSFORMATE ÎN FIBRE

CIRCULLARTEX contribuie la o industrie textilă cu adevărat sustenabilă, prin prelucrarea **deșeurilor textile post-industriale, pre- și post-consum** în fibre de bumbac reciclate de înaltă calitate și amestecuri de fibre. Procesul lor este integrat în lanțul de aprovizionare, oferind o soluție completă de tip circuit închis, de la colectarea materialelor uzate până la producerea de fibre și fire noi.

Fibrele obținute sunt durabile, consistente și gata pentru țesut, tricotat sau producerea de articole vestimentare și textile pentru casă. Circularartex oferă opțiuni variate: fire 100% bumbac reciclat, amestecuri pentru țesături mai rezistente, culori naturale sau pre-vopsite, precum și țesături și tricotaje gata pentru utilizare în modă, mobilă sau industrie.

Modelul de afacere al companiei ilustrează cum deșeurile textile pot fi reintegrate în circuitul economic fără pierderea valorii, sprijinind o industrie circulară și sustenabilă.

[From Armenia to the World: A Sustainable Vision](#)

SOTERI, GEORGIA

DESIGN RESPONSABIL ȘI DURABIL

SOTERI promovează o abordare inteligentă și sustenabilă a modei, bazată pe decizii conștiente, tehnici inovatoare și integrarea sustenabilității în întregul lanț valoric. Brandul colaborează cu furnizori de materiale de încredere și mizează pe producție limitată, ceea ce permite **trasabilitatea materialelor până la comunități locale** și întărește relațiile bazate pe valori comune și respect pentru meșteșug.



Produsele SOTERI sunt realizate la comandă, reducând supraproducția și risipa, iar **tehnicele de tăiere și confecționare sunt optimizate** pentru a minimiza deșeurile. Brandul favorizează fibre pure (100% bumbac, lână) și alternative organice durabile, **ușor de reparat**, prelungind durata de viață a hainelor. Prin această abordare, compania combină designul responsabil, durabilitatea și circularitatea, demonstrând cum moda poate fi estetică, funcțională și prietenoasă cu mediul.

[SOTERI's Commitment to Smarter, Sustainable Fashion](#)



PLASTICWATCHER, GEORGIA

DEȘURI TEXTILE TRANSFORMATE ÎN FIBRE

PlasticWatcher este o inițiativă personală și activism social, construită pe principiile unei întreprinderi sociale. Misiunea sa este de a reduce deșeurile și poluarea cu plastic, de a inspira un stil de viață conștient și de a promova exemplele de economie circulară în business.

Proiectul colectează deșuri plastice casnice și materiale promoționale expirate (bannere și roll-up) de la organizații partenere și le transformă în articole textile sustenabile și obiecte de artă interactive. Printre produsele create se numără genți, pelerine și accesorii unicate realizate manual.

PlasticWatcher promovează reutilizarea și repararea produselor, încurajând clienții să le repare în loc să le arunce. Proiectul susține, totodată, cultura separării deșeurilor și gestionarea corectă a acestora în comunitate.

Impact realizat: 75 de gospodării implicate în colectare; 250 kg plastic reciclat; 100 m bannere și roll-up reutilizate.

[PlasticWatcher | Turning Waste into opportunity](#)

Modelul de afaceri circulare

SERVITIZARE



Modelul de servitizare schimbă fundamental relația dintre consumator și produs, oferind acces la **servicii în locul deținerii fizice** a hainelor.

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. Acest model are potențialul de a transforma tiparele de consum, mutând accentul de la acumularea de bunuri către accesibilitate și utilizare eficientă.

Unul dintre cele mai mari avantaje ale servitizării este decuplarea profitului de volumul de producție, ceea ce înseamnă că o companie nu mai trebuie să vândă mai multe unități pentru a crește. În schimb, generarea de venituri provine din oferirea unui serviciu continuu, menținerea produselor în stare optimă 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 sfârșitului de viață al produselor.

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.

Modelul de servitizare oferă o alternativă viabilă economiei liniare, reducând presiunea asupra resurselor și promovând soluții sustenabile. Cu o implementare atentă, acesta poate reprezenta o strategie de succes pentru companiile care doresc să rămână competitive, menținând în același timp un impact redus asupra mediului.

REPARAȚIA - soluția strategică pentru o industrie T&Î circulară

Reparația hainelor este una dintre cele mai eficiente strategii pentru a prelungi viața produselor textile, diminuând nevoia de a produce articole noi și reducând impactul asupra mediului. Serviciile de reparație și de întreținere extind ciclul de viață al produselor, întârzie eliminarea lor ca deșeu și pot avea un efect semnificativ asupra reducerii emisiilor de carbon asociate cu moda. [Studiile](#) arată că reparațiile pot avea un impact mai mare în reducerea cererii de noi articole decât multe alte modele de circularitate, contribuind la scăderea emisiilor și a consumului de resurse.

Pentru a valorifica acest potențial, brandurile pot integra servicii de reparație în propriul model de afaceri, atât prin dezvoltarea internă, cât și în parteneriat cu furnizori specializați, cum ar fi ateliere locale, croitorii independente sau rețele de curățare ecologică. Această abordare aduce beneficii multiple:

1. menține îmbrăcămintea în uz mai mult timp;
2. reduce deșeurile textile;
3. dezvoltă loialitatea clienților;
4. crează fluxuri suplimentare de venituri post-vânzare.

În practică, există deja servicii care conectează consumatorii cu ateliere locale și oferă reparații atât fizic, cât și online, făcând întreținerea hainelor mai accesibilă și mai adaptată cererii pentru soluții sustenabile.

Pentru implementarea acestor servicii, brandurile pot dezvolta colaborări structurate cu parteneri externi, asigurând:

- un protocol de colaborare clar care include tipurile de intervenții, timp de livrare, standarde de calitate, trasabilitate și opțiuni de plată (decontate integral sau parțial de brand ori de client);
- un sistem digital simplu de intermediere (de exemplu coduri QR pe etichetă, o secțiune dedicată pe website sau o aplicație) pentru a facilita accesul clienților la serviciile de reparație.

Astfel, reparația devine o componentă-cheie a modelului de afaceri circular bazat pe servitizare, reducând impactul de mediu al industriei modei și transformând întreținerea hainelor într-un serviciu accesibil pentru clienți.



NUULY, SUA

ABONAMENT PENTRU ÎMPRUMUNTAREA HAINELOR

Nuuly este un exemplu de model de afacere bazat pe servitizare, care contribuie la economia circulară prin prelungirea duratei de viață a articolelor vestimentare. **Consumatorii nu cumpără haine, ci plătesc un abonament lunar pentru acces la un număr prestabilit de articole vestimentare.** În acest sistem, utilizatorii pot închiria șase articole pe lună, la un preț fix, iar compania selectează hainele în funcție de preferințele exprimate de utilizator (stil, mărime, ocazie).

Compania păstrează proprietatea asupra produselor și gestionează întregul ciclu de utilizare: selecția articolelor, livrarea, curățarea, repararea și reintroducerea lor în circulație. Prin utilizarea repetată a acelorași produse de către mai mulți utilizatori, durata de viață a hainelor este prelungită, iar necesitatea producerii de articole noi este redusă.

nuuly.com



MENDED, ȚĂRILE DE JOS

SERVICIU COMPLEX DE REPARARE A HAINELOR

Compania MENDED **facilitează accesul la servicii de reparație a hainelor**, contribuind la prelungirea duratei de viață a produselor textile. Compania a digitalizat procesul de reparație, permițând clienților să comande online serviciile necesare, în timp ce compania gestionează logistica și colaborarea cu croitori profesioniști. Astfel, consumatorii beneficiază de un serviciu simplu și accesibil, comparabil ca ușurință cu achiziția unui produs nou.

Un element distinctiv al modelului este utilizarea conținutului digital pentru a promova reparația hainelor ca o alternativă modernă la consumul excesiv. Prin această abordare, MENDED contribuie nu doar la oferirea unui serviciu practic, ci și la schimbarea comportamentului consumatorilor, susținând tranziția către modele de consum mai responsabile.

MENDED.eu

RENEWAL WORKSHOP | BLECKMANN RECONDIȚIONARE ȘI RECOMERȚ

The Renewal Workshop, parte a companiei Bleckmann, este un exemplu de model de afacere circular axat pe recondiționarea și revânzarea produselor textile returnate sau nesoldate, care altfel ar deveni deșeuri. Modelul presupune **colectarea, sortarea, curățarea și repararea articolelor, care sunt apoi reintroduse pe piață ca produse reînnoite.**



Prin acest proces, o mare parte dintre produsele considerate inițial deșeuri pot fi recuperate și revândute, reducând semnificativ amprenta de carbon comparativ cu producția de articole noi. În același timp, modelul oferă brandurilor o soluție sustenabilă pentru gestionarea retururilor și acces la piața de comerț, contribuind la extinderea duratei de viață a produselor și la reducerea deșeurilor textile.

[The Renewal Workshop | Bleckmann](#)



LENA THE FASHION LIBRARY, ȚĂRILE DE JOS BIBLIOTECĂ DE HAINE

LENA The Fashion Library este un exemplu de model de servitizare în sectorul B2C. Funcționează ca o bibliotecă de haine, unde **clienții pot împrumuta articole vestimentare pentru o perioadă determinată, fără a le deține.**

Acest sistem permite prelungirea duratei de viață a produselor textile și reduce necesitatea achizițiilor noi, contribuind astfel la diminuarea deșeurilor și a impactului asupra mediului. LENA gestionează procesul de împrumut și returnare, iar colecția include atât haine vintage, cât și articole de la branduri sustenabile.

Prin partajarea hainelor, LENA demonstrează că serviciile de acces pot fi o alternativă viabilă și sustenabilă la consumul tradițional de modă.

[LENA Clothes Library](#)

Modelul de afaceri circulare

SUFICIENTĂ



Modelul de afaceri bazat pe suficiență se concentrează pe o schimbare profundă: a face mai mult cu mai puțin. Este vorba despre reducerea activă a 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.

Modelul de afaceri bazat pe suficiență merge dincolo de durabilitate și propune o schimbare reală în modul în care producem și consumăm. Acest model de afaceri promovează activ reducerea producției și consumului și încurajează mentalitatea de „a face mai mult cu mai puțin”. Pe lângă durabilitatea produsului, acest model are o influență puternică asupra comportamentului consumatorului și poate duce la o atașare mai mare față de produs și/sau brand.



Pe termen lung, acest lucru aduce loialitate, prețuri premium și o poziționare clară pe piață prin produse cu durată de viață mai lungă. Pentru a implementa acest model, afacerile pot lucra la gestionarea cererii, co-crearea cu utilizatorii, educarea consumatorilor și la o distribuție responsabilă a produselor. Este o abordare care pune accentul pe calitate, nu pe cantitate.



1/3

din produse sunt
vândute la preț întreg



1/3

din produse sunt
vândute la reduceri



1/3

din colecția produsă nu
generează aproape niciun venit
și ocupă spațiu ca stoc mort

Gestionarea cererii

Gestionarea cererii este o componentă esențială a modelelor de afaceri bazate pe suficiență și aduce beneficii clare pentru branduri: marje de profit mai bune, stocuri mai eficiente și reducerea riscurilor de supraproducție.

Este o strategie pentru a asigura că un procent mai mare din colecție va fi vândut la preț întreg datorită unei înțelegeri mai bune a nevoilor și preferințelor clienților.

Gestionarea cererii poate fi aplicată și de companii cu volume de vânzări limitate. Fiecare brand poate crea o mai bună înțelegere a nevoilor și preferințelor consumatorilor prin analizarea cifrelor de vânzări în timp real, bazându-se pe feedbackul managerilor de magazine care colectează feedback-ul clienților și/sau crearea de comunități online ale clienților pentru feedback direct. În plus, gestionarea cererii este strâns legată de strategia de co-creare sau „personalizare în masă” care satisfac nevoile individuale ale clienților.



Co-creare: implicarea consumatorului

Un element esențial al modelului de suficiență este implicarea consumatorului în procesul de creație. Aici intervine co-crearea: o strategie care aduce împreună tehnologia și dorințele reale ale clienților.

De ce este acest model atât de promițător? Factorul care împiedică companiile să treacă la personalizarea în masă sunt constrângerile din lanțul valoric. Însă, modelele de co-creare sunt conduse de tehnologii inteligente, care pot fi utilizate la fața locului, de exemplu, imprimare live, imprimare 3D, tricotare live. Aceste tehnologii nu necesită reconfigurarea întregului lanț valoric și sunt mai fezabile din punct de vedere practic și economic, permițând brandului să livreze soluții personalizate cu eficiența și fiabilitatea producției de masă. Brandurile pot valorifica creativitatea consumatorilor pentru a crea designuri originale.

Personalizarea în masă prin co-creare oferă promisiuni mari de a reduce deșeurile în industria textilă prin producția la cerere (ceea ce duce la lipsa deșeurilor formate din supra stoc) și durabilitatea emoțională (ceea ce duce la lipsa deșeurilor de produse nedorite din cauza lipsei de atașament personal).

Important este ca brandurile să ghideze această libertate creativă, oferind alegeri clare, controlate, care să protejeze și imaginea companiei.

MADE OUTDOOR

SERVICII DE CREARE A PRODUSELOR LA COMANDĂ

Un exemplu excelent de aplicare a modelului de suficiență este compania MADE Outdoor – un brand B2B care **produce echipamente la comandă**, dedicate celor pasionați de activitățile în aer liber.

Prin fabricarea pe comandă, MADE 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.

[MADE Outdoor.com](https://www.madeoutdoor.com)



REPACK | ALMA GREEN DESIGN

AMBALAJE REUTILIZABILE ȘI CIRCULARE

Alma Green Design oferă o soluție inovatoare pentru ambalaje reutilizabile prin serviciul RePack. **Comenzile online sunt livrate într-un plic reutilizabil**, care poate fi folosit de până la 20 de ori, reducând considerabil cantitatea de ambalaje de unică folosință.

După primire, clientul poate returna plicul fără costuri sau îl poate umple cu alte articole și îl trimite înapoi, astfel încât acesta să primească o a doua viață. RePack reduce emisiile de CO₂ cu până la 80% și elimină deșeurile generate de ambalaje, fiind un exemplu concret de suficiență aplicată în practică.



[ALMA GREEN Design. Innovative Packaging](https://www.almagreendesign.com)

Bariere întâlnite

Chiar dacă modelele de afaceri circulare pot aduce beneficii pentru mediu și profit, implementarea lor implică și bariere care trebuie luate în considerare în diferite etape ale afacerii.

STRATEGICE

- Modelele circulare necesită integrare reală, nu trebuie tratate separat;
- Lipsa viziunii și angajamentului managementului și investitorilor;
- Reticența față de schimbare;
- Reorganizări sau schimbări de conducere care pot bloca inițiativele;
- Cunoaștere limitată a sectorului de reutilizare și reciclare, a partenerilor potențiali.
- KPI care prioritizează vânzările în detrimentul reducerii impactului de mediu.

OPERAȚIONALE

- Infrastructura existentă poate să nu permită implementarea (ex: digitalizare costisitoare);
- Prestatorii de servicii pot să nu îndeplinească așteptările clienților;
- Calitatea și durabilitatea redusă a hainelor fabricate în prezent poate limita aplicabilitatea anumitor modele;
- Lipsa experienței în testarea și ajustarea modelelor circulare pentru a se potrivi clienților și brandului.

DE MEDIU

- Impactul depinde de comportamentul consumatorilor și de nivelul de adoptare a modelelor circulare;
- Transportul pe distanțe mari poate crește amprenta de carbon a hainelor.

SOCIALE

- Presiunea de a reduce costurile poate duce la condiții de muncă neadecvate pentru sortatori, colectori și personalul de curățare;
- Utilizarea substanțelor chimice pentru curățarea hainelor poate genera efecte asupra sănătății personalului implicat.

FINANCIARE

- Buget insuficient pentru dezvoltarea și testarea modelelor circulare în faza inițială;
- Concurență cu modelele liniare tradiționale, care beneficiază de economii de scară globale;
- Costuri inițiale ridicate pentru implementarea sistemelor și proceselor noi, mai ales logistică și ambalaje;
- Materialele reciclate pot fi mai scumpe decât cele virgine.

*Ghidul este elaborat de
AO Centrul de instruire și
Consultanță E-Circular
cu suportul Programului
RECONOMY.*



CURS DIGITAL
Economia circulară și
practici sustenabile în
industria textilelor și a
îmbrăcăminteii

ACCESEAZĂ ONLINE

