

# Primark e il sogno della sostenibilità

**Grandi gruppi.** La strategia dell'azienda irlandese, famosa per la competitività dei prezzi, è partire dai grandi numeri per fare la differenza a livello globale, spiega Luca Ciuffreda, head of sales per l'Italia, dove in soli due anni sono stati aperti 13 negozi

**Chiara Beghelli**

Circa un mese fa le Nazioni Unite hanno stimato che il pianeta Terra ospiti 8 miliardi di persone, che nel 2080 saliranno a 10,4 miliardi. Persone che dovranno necessariamente vestirsi, ampliando la sfida della sostenibilità per l'industria globale della moda. Ma proprio i grandi numeri possono essere un'opportunità, persino la chiave per raggiungere la cosiddetta "massa critica" necessaria per cambiamenti reali. È questa la visione di Primark, rivenditore di moda e accessori low cost da 7,7 miliardi di sterline di vendite nell'anno fiscale chiuso l'8 novembre e che fa capo al gruppo britannico Abf: «Il 50% dei prodotti che vendiamo sono capi di base, calzini, tute, T-shirt, i prodotti che le persone usano di più, di cui hanno più bisogno - dice Luca Ciuffreda, head of sales di Primark Italia -. Il nostro obiettivo è rendere questi capi più durevoli, produrli con fibre riciclate e renderli riciclabili. Con i nostri numeri, potremo fare la differenza». Insieme a "Pianeta" e "Persone", il "Prodotto" è uno dei tre pilastri su cui si fonda Primark Cares, la roadmap di sostenibilità fino al 2030, che punta per esempio a ridurre le emissioni totali del 50% entro i prossimi otto anni. A distanza di poco più di un anno dal suo lancio, Primark ha pubblicato il suo primo "Sustainability and Ethics Report" per fare il punto sul suo percorso: «Un anno fa il 25% dei nostri prodotti era fatto di fibre riciclate o da fonti sostenibili, oggi sia-

mo già al 45% - spiega Ciuffreda -, e vogliamo arrivare al 100% entro il 2030. Abbiamo implementato il nostro programma sul cotone sostenibile, al quale lavoriamo da circa 10 anni. Abbiamo l'obiettivo di formare 275 mila agricoltori in India, Pakistan e Bangladesh entro il 2023, a oggi siamo già a 252.880. Insegniamo loro come ridurre l'uso di pesticidi, fertilizzanti, acqua, oltre a regole di sicurezza e igiene fondamentali, che hanno permesso loro di raddoppiare il loro profitto». I Paesi e i canali di produzione sono fronti nei quali le tre P della strategia di sostenibilità di Primark si incontrano. Dopo la pubblicazione di un report da parte dell'Ethical Trading Initiative sulla violazione di diritti umani nel Paese, Primark ha deciso di chiudere i suoi rapporti commerciali con il Myanmar: «Primark (fondata a Dublino nel 1969, *nda*) non possiede alcuna fabbrica, ma lavora con 900 produttori, consultabili sul nostro sito, in 28 Paesi. Per produrre per noi, una fabbrica deve sottoscrivere un codice di condotta con standard molto elevati, dalle misure di sicurezza al salario minimo. Prima di sottoscrivere un nuovo ordine, la fabbrica viene visitata. Facciamo oltre 3 mila audit non annunciati ogni anno, tramite una rete di 130 esperti», nota Ciuffreda. Primark ha peraltro commissionato alla Global Living Wage Coalition uno studio per fissare o aggiornare i livelli di salario minimo per i quattro mercati chiave di Cina, Bangladesh, India e Pakistan. Ma è ancora prima, nella fase di creazione di un capo, che va perse-



**A Milano.**

Sopra, la sede di Primark a Milano, di cui fa parte anche un negozio con cinque piani. A destra, minibiato della collezione AI 22-23



**LUCA CIUFFREDA**  
Head of Sales di Primark Italia. La sede italiana del retailer è stata aperta a Milano lo scorso aprile

guita la circolarità, parola chiave della sostenibilità dei grandi numeri: «Il *circular design* è fondamentale - prosegue il manager -. Non possiamo mettere su una T-shirt delle paillettes che non sono riciclabili, perché rendono non riciclabile tutto il capo. Non solo in alcuni dei nostri negozi in Regno Unito abbiamo organizzato decine di workshop dedicati al riuso e alla riparazione, ma stiamo investendo anche sul fine vita: nel 65% dei nostri negozi, concentrati in Regno Unito, Irlanda, Germania e Austria, abbiamo messo a disposizione dei box per il ritiro degli abiti usati, che vogliamo portare anche in Italia, anche se qui la burocrazia sta un po' allungando i tempi di approdo del progetto».

Nel nostro Paese Primark ha oggi 13 negozi, aperti nel giro di soli due anni: il più recente, quello di Marcianise, in provincia di Caserta, sarà inaugurato il 19 dicembre. Anche i negozi sono una via alla circolarità: quello in cantiere a Genova sorgerà nell'ex edificio di Rinascente, la sede milanese di via Torino nasce dal recupero di tre edifici, «un progetto di cui siamo molto fieri anche perché abbiamo contribuito alla riqualificazione dell'area circostante e collaborato con un'associazione che si occupa del reinserimento di donne che hanno subito violenza», dice Ciuffreda. Primark vuole arrivare a 530 negozi entro il 2026, dai 408 di oggi, e nel 2022/23 quattro saranno in Italia: «Nel primo trimestre del prossimo anno apriremo a Bari e a Venezia, nel centro commerciale Nave de Vero». I crescenti investimenti sul digitale (anche se Primark continua a non avere un e-commerce, pur avendo rinnovato di recente il suo sito) hanno portato al recente lancio della formula *click and collect* in alcuni negozi del Regno Unito: «In questo modo anche punti vendita più piccoli possono offrire lo stesso assortimento del flagship di Londra», conclude il manager. Un canale di sviluppo anche per una futura rete di negozi più "smart" e capillari sul territorio, in definitiva anche più sostenibili.



© RIPRODUZIONE RISERVATA