



Un servizio di noleggio per cambiare look, riducendo costi e impatto sull'ambiente

## Pinko Play: innovazione e moda sostenibile con la piattaforma di fashion renting di Pinko

*Silvia Bussandri, Head of E-commerce & Digital Marketing di Pinko: "Il progetto, nato dalla collaborazione con la startup The Paac, risponde alle esigenze del mercato, riflettendo la nostra vocazione all'innovazione e alla sostenibilità".*

### L'azienda

Pinko è un'azienda di abbigliamento nata alla fine degli anni '80. È stata fondata a Fidenza da Pietro Negra, attuale Presidente e Ad, e da sua moglie Cristina Rubini. Combinando creatività e qualità in collezioni dallo stile contemporaneo, negli anni il brand di moda ha raggiunto un successo globale. Oggi Pinko è presente nel mondo, dall'Europa alla Cina, con oltre 250 negozi, 1500 punti vendita wholesale, 60 Hybrid Shop, boutique tecnologiche che rendono l'esperienza di shopping in-store più interattivo e coinvolgente. Oltre alla distribuzione retail, Pinko punta sull'e-commerce: lo shop online Pinko.com è presente in oltre 50 Paesi. L'azienda conta 1300 dipendenti e un fatturato di 240 milioni di euro nel 2021.

### L'idea in breve

Oggi Pinko è fortemente impegnata sia nell'ambito dell'innovazione sia sul fronte della sostenibilità, con la ricerca di soluzioni innovative e responsabili, in grado di rappresentare l'identità del brand, che da sempre promuove un approccio alla moda divertente e spensierato. In questo contesto, nasce Pinko Play, la prima piattaforma di rental e second hand shopping dell'azienda. Un'idea che risponde alle esigenze fashion delle consumatrici e al contempo rispecchia i principi di economia circolare, che da tempo Pinko si propone di integrare nei suoi processi. Il progetto è stato sviluppato insieme alla startup innovativa The Paac.

### L'innovazione con The Paac

Si stima che l'industria del fashion sia tra i settori più inquinanti al mondo, responsabile di circa il 10% delle emissioni globali di CO2 e del 20% dello spreco e dell'inquinamento delle acque. Uno dei modi per ridurre l'impatto della moda sull'ambiente è prolungare il ciclo di vita dei prodotti e



applicare modelli di economia circolare. Nasce così l'idea di Pinko Play, una soluzione per l'ambiente ma anche per le amanti della moda: il noleggio permette alle consumatrici di esprimersi attraverso un guardaroba "illimitato" ed essere al passo con i trend del momento, contenendo il proprio budget. Obiettivo dell'azienda era anche quello di intercettare e raggiungere nuovi target, rendendo la propria offerta più accessibile e creando un servizio divertente e nuovo sul mercato. Il team di E-commerce & Digital Marketing di Pinko ha collaborato con The Paac, che aveva già validato il modello di business e lanciato la propria piattaforma di renting. Ci sono voluti circa sei mesi per sviluppare il progetto e portalo online, fino al lancio di pinkoplay.com avvenuto a marzo 2022. È stato un processo rapido (considerando i tempi solitamente necessari per lanciare un sito di moda), grazie alla sinergia tra i team di Pinko e The Paac.

### **Come funziona Pinko Play**

Pinko Play offre un servizio di noleggio abiti in abbonamento: si possono sottoscrivere diversi piani, con consegne settimanali, bisettimanali o mensili. Ogni utente può scegliere i capi e gli outfit che preferisce online, riceverli a casa (all'interno di un box in cartone 100% riciclabile), indossarli e poi riconsegnarli, scambiando il box con uno nuovo. La piattaforma offre anche un servizio di Personal Stylist, incluso nei piani di abbonamento, con suggerimenti su stile e outfit. Ogni cliente ha inoltre la possibilità di acquistare online capi "pre-loved" di Pinko e può scegliere di comprare e trattenere i capi ricevuti con il box.

### **Benefici**

Il settore del fashion renting in Italia è ancora agli inizi, rispetto ad altri Paesi, come gli Stati Uniti, dove il fenomeno è più diffuso ma è spesso legato a cerimonie ed eventi. Pinko Play dà accesso a tutto il suo assortimento, con capi per ogni occasione d'uso. Con la piattaforma, l'azienda è riuscita ad approcciare un modello di business più circolare e sostenibile, dando una seconda vita anche a rimanenze e capi second-hand. Ha introdotto un elemento di gaming, innovativo e originale, che le ha permesso di distinguersi nel settore fashion e nel contesto digitale popolato da un pubblico sempre più giovane. Ha raggiunto un nuovo target di consumatrici. Ad oggi, le utenti della piattaforma sono oltre 3000, un risultato importante, secondo l'azienda, considerando che, in base a un sondaggio realizzato prima del lancio di Pinko Play, il 95% delle persone in target non aveva mai noleggiato un capo. Sul fronte della sostenibilità, Pinko ha calcolato che ogni abbonato riduce il suo impatto sull'ambiente di circa 250 kg di CO2 e 250.000 litri di acqua all'anno. Il progetto, avviato in Italia, potrebbe essere replicato e ampliato anche in altri mercati.