

vinokilo

VINOKILO ITALIA COMPIE UN ANNO

La più grande kilo sale europea di 2nd hand e vintage sostenibile festeggia il suo primo anno *resident* in Italia: con 35 eventi in 22 città e circa 170.000 visitatori totali nel 2021, Vinokilo inaugura il 2022 con un regional team in espansione, un nuovo calendario di date itineranti e progetti per continuare a promuovere globalmente uno stile di vita più sostenibile. Tra i principali obiettivi del nuovo anno anche la crescita di *Vinokilo Circle*, iniziativa take-back che in ogni evento converte le donazioni di usato in scontistica per diffondere la cultura della circolarità.

Fondato nel 2016 dal giovane tedesco Robin Balsler – partito da un piccolo store in cui scambiare libri e vestiti usati ed **oggi nei 30 Under 30 di Forbes** per aver creato dal nulla uno dei principali poli europei di moda sostenibile – **Vinokilo ha viaggiato, negli ultimi cinque anni, in oltre dieci Paesi**, portando in giro per l' Europa un iconico format multi esperienziale che supera i confini dello **shopping al chilo per unire per unire entertainment ed edutainment all'insegna della condivisione e della consapevolezza sociale.**

Da sempre ispirato al principio fondante di accessibilità, il brand ha saputo mettere a punto **un sistema in grado di offrire vintage e second hand di qualità a prezzi molto democratici rispetto al mercato globale**, che soprattutto nell'ultimo biennio, sia per trend che per incremento dei costi logistici, sta vedendo a livello generale politiche di posizionamento che escludono una consistente porzione di acquirenti e non incoraggiano il radicamento della cultura del riuso su larga scala.

A differenza di molte delle più recenti realtà che operano su larga scala nello stesso segmento, **Vinokilo non tratta per scelta nulla che provenga dall'industria del fast fashion**: il magazzino centrale a Magonza, in Germania, **raccoglie una media mensile di 35 tonnellate di abbigliamento ed accessori** di diverse decadi attraverso una selezionatissima rete internazionale di fornitori specializzati. L'impegno profuso sia dall'azienda che dai partner nel garantire i massimi standard qualitativi e combattere lo spreco tessile fa sì che ad oggi il 97% del materiale raccolto sia idoneo alla vendita, mentre il restante 3% viene immesso in un processo di upcycling.

Tutto questo consente a Vinokilo di restare coerente alla propria **mission: affermare un'alternativa concreta ed accessibile, educare e sensibilizzare ad uno stile di vita più sostenibile il maggior numero possibile di persone, coinvolgendo soprattutto le nuove generazioni con format in grado di informare, intrattenere e creare valore esperienziale per promuovere un lifestyle consapevole ed in linea con le esigenze ambientali e sociali della contemporaneità.**

Se si stima che l'industria della moda sia attualmente responsabile del 10% delle emissioni globali di CO2 – attese oltre il 25% entro il 2050 - il suo impatto generale va ben oltre l'emergenza climatica e si spinge fino alla violazione dei diritti umani, ed a pagarne le maggiori conseguenze sotto ogni aspetto sono i Paesi in via di sviluppo, sia in termini di sfruttamento dei lavoratori che di inquinamento, se si considera che la gran parte dello smaltimento degli scarti industriali avviene in quelle aree. [Dati alla mano](#), ogni anno vengono prodotti 92 milioni di tonnellate di resti tessili e disperso in mare almeno mezzo milione di tonnellate di fibre derivate dalla plastica, a fronte di 56 milioni di tonnellate di indumenti acquistati annualmente: numeri che sono previsti crescere esponenzialmente entro il 2030, mentre solo una percentuale stimata tra il 13 ed il 18% di capi viene riciclata. Se si pensa che la produzione di un paio di jeans richiede dai 7.500 ai 10.000 litri d'acqua, e che quella di una t-shirt in cotone ne utilizza circa 2.700 litri, il comparto risulta impattare al 20% sull'inquinamento idrico globale.

vinokilo

La misurazione costante del proprio impatto è tra i principali strumenti evolutivi di Vinokilo, che ha la certificazione [B Corp](#) tra gli obiettivi di breve termine, insieme all'ulteriore sofisticazione dei sistemi di tracciabilità, trasparenza dell'intera filiera e contenimento delle emissioni legate alla logistica di eventi e e-commerce, e più in generale il mantenimento di un equilibrio realmente sostenibile tra gli scopi commerciali e quelli sociali ed ambientali del progetto, che nonostante la progressiva crescita resta saldamente identificato come un ethical business.

In 5 anni di attività, Vinokilo ha riallocato, attraverso la vendita al chilo, oltre 409.000 kg di vintage e second hand, che equivalgono al risparmio di 11,2 milioni di metri cubi d'acqua, quasi 110 milioni di Megajoule di energia e 6,2 milioni di kg di CO2.

Nel 2021 il brand ha deciso di avviare un percorso stabile in Italia, dove era già stato con qualche data pop-up nel periodo immediatamente antecedente alla pandemia e che oggi è nella top 3 dei mercati di Vinokilo: l'evento dello scorso Ottobre all'interno della stazione di **Milano Centrale è stato il più grande finora organizzato a livello internazionale con oltre 12.000 visitatori e più di 7.000 capi d'abbigliamento e accessori venduti.**

Se il primo anno di Vinokilo Italia – ora a tutti gli effetti una filiale con sede a Lucca – si è concluso con 35 eventi in 22 città e circa 170.000 visitatori totali, il [programma 2022](#) è già ricco di appuntamenti: solo a Gennaio, il *Vinokilo Journey* italiano toccherà Torino, Lecco, Bassano del Grappa, Bologna e Rimini con l'iconico format multi esperienziale che combina shopping, dj set, performance, talk e tasting enogastronomici con una particolare attenzione alla valorizzazione della scena locale, oltre ad una sezione marketplace.

Tra i principali obiettivi italiani per il 2022 c'è anche la crescita di *Vinokilo Circle*, formula take-back che in ogni evento converte le donazioni di usato in scontistica per diffondere la cultura della circolarità, all'interno di un più ampio percorso di consolidamento del brand come voce di riferimento nel panorama della moda sostenibile e democratica.

GALLERY [QUI](#) e [QUI](#)

[Instagram](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Linkedin](#)

