



Divulgazione di informazioni sui prodotti di consumo invenduti

Data di pubblicazione: luglio 2026

UNIQLO Europe rende note le informazioni relative ai prodotti di consumo invenduti per l'esercizio finanziario che va dall'1 settembre 2024 al 31 agosto 2025.

La presente comunicazione è redatta in conformità all'articolo 24 del regolamento (UE) 2024/1781 del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 giugno 2024 che istituisce un quadro di riferimento per la definizione dei requisiti di progettazione ecocompatibile per i prodotti sostenibili («ESPR») che impone agli operatori economici di comunicare annualmente le informazioni relative ai prodotti di consumo invenduti smaltiti nel corso dell'esercizio finanziario precedente (il «periodo di riferimento»), nonché in conformità al regolamento di esecuzione (UE) 2026/2 della Commissione del 9 febbraio 2026, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) 2024/1781 per quanto riguarda i dettagli e il formato per la divulgazione delle informazioni sui prodotti di consumo invenduti di cui ci si è disfatti, adottato ai sensi dell'articolo 24, paragrafo 3, dell'ESPR (in particolare l'Allegato I). Le presenti informazioni si riferiscono alle attività di UNIQLO in tutta l'Unione Europea (UE) e sono pubblicate come dichiarazione consolidata a livello UE.

La tabella sottostante fornisce informazioni quantitative sui prodotti di consumo invenduti che sono stati smaltiti durante il periodo di riferimento.

La priorità di UNIQLO è prevenire e ridurre al minimo lo smaltimento dei prodotti di consumo invenduti. Lo smaltimento viene utilizzato solo come ultima istanza, in casi strettamente limitati e consentiti dalle normative applicabili, quali quelli legati a ragioni legate a salute, igiene, sicurezza, gravi danni o contaminazione, mancata conformità alle norme di legge o quando i prodotti non sono idonei al riutilizzo, alla trasformazione o alla donazione.

Il presente rapporto include:

- Una descrizione delle misure adottate e pianificate per prevenire lo smaltimento dei prodotti di consumo invenduti nell'Unione Europea;

- Una tabella dei prodotti di consumo invenduti smaltiti per magazzino durante il periodo di riferimento, con dettagli su categorie di prodotti, unità, peso e motivi dello smaltimento durante il periodo di riferimento, nonché delle operazioni di trattamento dei rifiuti effettuate;
- Una tabella dei prodotti di consumo invenduti smaltiti per negozio durante il periodo di riferimento, compresi i prodotti donati a organizzazioni non governative (ONG), con dettagli su categorie di prodotti, unità, peso, motivi dello smaltimento e operazioni di trattamento dei rifiuti effettuate. Si precisa che, ai sensi del considerando 2 del regolamento di esecuzione (UE) 2026/2, nel caso della donazione di prodotti di consumo l'intenzione non è quella di disfarsene: la donazione non costituisce pertanto un atto di «disfarsi» e i prodotti offerti in donazione non rientrano nell'obbligo di divulgazione. Ove i dati riportati aggregano donazioni e smaltimenti, tale circostanza è indicata espressamente e il relativo valore è da considerarsi dato provvisorio in attesa della ripartizione tra prodotti donati e prodotti effettivamente smaltiti.

Misure adottate per prevenire la distruzione dei prodotti di consumo (UE)

L'approccio di UNIQLO per prevenire lo smaltimento dei prodotti di consumo invenduti nell'UE unisce iniziative a monte con soluzioni a valle quali riparazione, donazione e riciclo creativo.

Ai sensi dell'Allegato I del regolamento di esecuzione (UE) 2026/2, la «distruzione» comprende il riciclaggio, altri tipi di recupero e lo smaltimento.

1. La filosofia LifeWear: politiche per migliorare la gestione dei rifiuti e l'efficienza delle risorse

LifeWear significa abbigliamento progettato per migliorare la vita di tutti. Capi semplici, di alta qualità, per tutti i giorni, con un senso pratico della bellezza e dettagli ingegnosi, pensati per le esigenze della vita quotidiana e in continua evoluzione.

Quando creiamo il nostro abbigliamento LifeWear, ci impegniamo a produrre, trasportare e vendere solo i capi che i nostri clienti desiderano veramente.

Ampliando la nostra gamma di prodotti continuativi oltre le collezioni Primavera/Estate e Autunno/Inverno, possiamo mantenere gli articoli in vendita durante tutto l'anno e quindi miriamo a limitare le eccedenze di magazzino e a prevenire lo smaltimento degli articoli invenduti. Ad esempio, alcuni negozi UNIQLO vendono i prodotti HEATTECH durante l'estate insieme ai capi in maglia in Cashmere e in Lana Merino.

Per sostenere LifeWear, stiamo inoltre accelerando la nostra transizione verso un modello di business circolare attraverso la riduzione, il riuso e il riciclo di abbigliamento e risorse.

Il modo più efficace per utilizzare le risorse in modo efficiente è garantire che i nostri clienti possano indossare i nostri capi il più a lungo possibile. Ci concentriamo quindi su un'offerta di abbigliamento di alta qualità che possa durare ed essere usato a lungo nel tempo.

2. Progetto Ariake: promuovere la crescita aziendale e la crescita incentrata sul cliente

Il Progetto Ariake è il nostro strumento per promuovere riforme a livello aziendale, progettato per costruire un'azienda altamente reattiva che produca, trasporti e venda solo ciò che i clienti desiderano, al momento giusto e nelle giuste quantità, sostenendo l'espansione parallela della crescita aziendale e della sostenibilità. Il progetto è guidato da un approccio incentrato sui dati e sui clienti, che sfrutta i loro feedback chiave. Nel periodo di riferimento, sono stati raccolti in tutto il mondo 31,4 milioni di feedback dei clienti (voice of customer) al fine di migliorare lo sviluppo dei prodotti, il mix di prodotti offerti e la pianificazione delle vendite. Queste informazioni sono integrate nelle previsioni della domanda basate su algoritmi, consentendo di adeguare i volumi di produzione su base settimanale in stretta

collaborazione con le fabbriche partner. La collaborazione trasparente tra produzione e logistica contribuisce a ridurre i tempi di consegna e a migliorare l'efficienza operativa, mentre l'automazione dei magazzini consente un'allocazione ottimizzata dei prodotti nei negozi e un miglioramento della rotazione delle scorte.

Ad esempio, attraverso il Progetto Ariake, dal suo lancio nel 2018, UNIQLO ha registrato una crescita delle vendite di circa il 70%, mantenendo l'aumento del numero di articoli prodotti di circa il 20%. Ciò è stato reso possibile grazie a previsioni ottimizzate e, di conseguenza, alla riduzione delle scorte superflue e alla produzione solo del necessario.

Rafforzando le previsioni della domanda e la gestione delle scorte, UNIQLO sta riducendo la produzione in eccesso, migliorando la rotazione delle scorte e evolvendo verso un modello di business più efficiente.

3. Donazione: allungare la vita dei prodotti attraverso il loro riutilizzo

Nell'ambito della sua strategia di gestione dei rifiuti tessili, UNIQLO dà la priorità, ove possibile, alla rivendita dei prodotti restituiti dai suoi clienti nei negozi e tramite il sito web.

La maggior parte dei prodotti restituiti dai clienti che soddisfa i requisiti di qualità e sicurezza viene reimmessa nei canali di vendita tradizionali, ad eccezione dell'abbigliamento intimo, che viene escluso dalla rivendita per motivi igienici (articolo 25, paragrafo 5, lettera a), ESPR). I capi che non possono essere rivenduti a causa di difetti minori vengono invece destinati alle donazioni tramite ONG partner, come la Humanitarian Resources International Foundation (HRIF), che sostiene le persone bisognose in tutta Europa.

Questa iniziativa contribuisce a ridurre gli scarti tessili e sostiene la filosofia LifeWear e gli obiettivi di circolarità di UNIQLO.

4. Riparazione: un'iniziativa per ridurre gli sprechi

Attraverso RE.UNIQLO STUDIO, UNIQLO ha sviluppato diversi servizi che includono iniziative di riparazione e rifacimento progettate per prolungare la durata dei prodotti e promuoverne l'uso continuativo. Questi servizi sono disponibili nei 16 RE.UNIQLO STUDIO presenti nei Paesi dell'UE (esclusi quelli presenti nel Regno Unito). I prodotti UNIQLO con danni minori, come piccoli buchi, cuciture allentate o orli sfilacciati, vengono riparati dal personale attraverso la "riparazione invisibile", una tecnica che consente di riparare le parti danneggiate in modo discreto, preservando l'aspetto originale del capo e che permette ai clienti di continuare a utilizzare i propri prodotti più a lungo. Inoltre, i servizi che prevedono l'utilizzo di ricami originali e tecniche tradizionali giapponesi di rammendo Sashiko consentono ai clienti di creare modelli personalizzati.

Dando priorità alla riparazione come prima opzione, UNIQLO offre un'alternativa concreta e operativa allo smaltimento, contribuendo direttamente all'estensione della vita dei prodotti, all'efficienza delle risorse e alla prevenzione della creazione di rifiuti.

5. Upcycling: ridurre gli sprechi attraverso la trasformazione e il riciclo creativo

Oltre alla donazione e alla riparazione, UNIQLO ha sviluppato iniziative di riciclo creativo per aumentare il valore dei prodotti di consumo invenduti e restituiti e prevenirne lo smaltimento.

I prodotti restituiti tramite e-commerce e in negozio che presentano difetti minori, che non possono essere reintegrati nei canali di vendita convenzionali né donati alle ONG ma che possono comunque essere recuperati, vengono trasformati in nuovi prodotti unici attraverso un processo di upcycling realizzato in collaborazione con Studio Masachuka, partner europeo di UNIQLO per l'upcycling dal 2022, fondato da Masahiro Morikawa e specializzato nella riprogettazione e nella rigenerazione di capi di abbigliamento utilizzando tecniche artigianali giapponesi.

Basandosi su questo approccio collaborativo, UNIQLO ha anche sviluppato iniziative di riciclo creativo in negozio, consentendo al personale di ridisegnare e ricreare localmente articoli selezionati. Questi articoli vengono trasformati in nuovi capi dai dipendenti e messi in vendita nei RE.UNIQLO STUDIO, contribuendo direttamente alla riduzione dei rifiuti e al recupero di valore. Attraverso l'upcycling, UNIQLO dà una seconda vita a prodotti che altrimenti verrebbero scartati, rafforzando l'impegno del marchio verso la circolarità e uso innovativo delle risorse.

Nel 2026, UNIQLO ha lanciato l'iniziativa EVERYDAY RE.IMAGINED in collaborazione con gli studenti diplomati al Central Saint Martins, rinomata accademia di arte e design con sede a Londra, nel Regno Unito. Il progetto riguarda la trasformazione di capi restituiti in una collezione in edizione limitata di 10 pezzi attraverso la riparazione e la rielaborazione creativa, mettendo in luce la possibilità di alternative allo smaltimento e favorendo il prolungamento della vita utile dei prodotti. La collezione è disponibile in 16 RE.UNIQLO STUDIO in tutta Europa, contribuendo a sensibilizzare i clienti sui temi della moda circolare, del riutilizzo e del consumo responsabile.

Misure per prevenire la distruzione dei prodotti di consumo (UE)

Per ridurre al minimo lo smaltimento dei prodotti di consumo invenduti nell'UE, UNIQLO sta adottando una serie di misure operative e logistiche finalizzate a dare priorità alla donazione rispetto allo smaltimento.

1. Progetto Ariake: un'evoluzione continua per rafforzare la crescita incentrata sul cliente

UNIQLO continuerà a sviluppare il Progetto Ariake per prevenire ulteriormente la sovrapproduzione e l'accumulo di prodotti di consumo invenduti nei prossimi anni. Questa trasformazione aziendale in corso, avviata nel 2018, rafforza il coordinamento tra pianificazione della produzione, produzione effettiva, vendita al dettaglio e distribuzione, supportata da un'analisi sistematica e in tempo reale dei feedback dei clienti e del personale dei negozi. Parallelamente, si stanno sviluppando processi in negozio e per la gestione più efficiente delle scorte grazie all'ottimizzazione dei processi di stoccaggio e distribuzione. Queste misure end-to-end supportano la realizzazione, il trasporto e la vendita dei prodotti giusti, nei volumi giusti, al momento giusto, riducendo così le scorte in eccesso.

2. Processi di smistamento: un'iniziativa per migliorare la classificazione dei prodotti di consumo invenduti e aumentare la trasparenza

A livello di magazzini e negozi dell'UE, si stanno implementando processi logistici e di smistamento aggiornati per rafforzare l'identificazione, la gestione e la classificazione dei prodotti di consumo invenduti. Questi processi garantiscono che tutti i prodotti di consumo invenduti siano sistematicamente valutati per la donazione prima di prendere in considerazione qualsiasi opzione di smaltimento, aumentando al contempo la trasparenza e consentendo a UNIQLO di individuare ulteriori misure volte a prevenirne la distruzione.

Per sostenere e ampliare i canali di donazione, UNIQLO collabora con diverse ONG in ogni mercato europeo, consentendo lo sviluppo di partnership radicate a livello locale.

3. Aumento delle donazioni: un'iniziativa per ridurre gli sprechi attraverso il riutilizzo

I flussi di donazione dei prodotti di consumo invenduti vengono aggiornati e ampliati per migliorarne l'efficienza e la copertura. I criteri utilizzati per valutare se un prodotto invenduto possa essere donato sono attualmente oggetto di revisione e ottimizzazione al fine di aumentare i volumi delle donazioni.

Prodotti di consumo invenduti e smaltiti dal magazzino

La presente tabella fornisce informazioni relative ai prodotti di consumo invenduti e smaltiti dal magazzino nel periodo di riferimento, comprese le categorie di prodotti, le unità, il peso, i motivi dello smaltimento e le operazioni effettuate per il trattamento dei rifiuti. Nel periodo di riferimento sono stati smaltiti complessivamente 9.277 prodotti.

Denominazione del soggetto giuridico	UNIQLO EUROPE LTD è una società costituita nel Regno Unito (UK), che opera nei paesi dell'Unione Europea elencati di seguito. La presente dichiarazione esclude le attività svolte all'interno del Regno Unito.				
Identificativo del soggetto giuridico	04845064				
Tipo di identificativo	Vedi sopra				
Tipo di divulgazione	Divulgazione consolidata comprendente le seguenti società controllate o imprese affiliate: UNIQLO Europe Limited - Branch francese UNIQLO Europe Limited - Branch tedesca UNIQLO Europe Limited - Branch belga UNIQLO Europe Limited - Branch olandese UNIQLO Europe Limited - Branch lussemburghese UNIQLO Europe Limited - Branch spagnola UNIQLO Europe Limited - Branch italiana UNIQLO Europe Limited - Branch danese UNIQLO Europe Limited - Branch polacca UNIQLO Europe Limited - Branch svedese				
Esercizio finanziario – data di inizio	1/9/2024				
Esercizio finanziario – data di fine	31/8/2025				

Categoria di prodotti (codice NC)	Descrizione	Numero di unità di cui ci si è disfatti	Peso totale delle unità di cui ci si è disfatti (kg)	L'imballaggio è incluso nel peso delle unità di cui ci si è disfatti?	Motivo per cui ci si è disfatti del prodotto (indicando il motivo di deroga pertinente ai sensi dell'articolo 25, paragrafo 5, del regolamento 2024/1781)
61	Capi per bambini e neonati	5	1.07	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Capi per bambini e neonati	1	0.05	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Giacche da donna	1	0.80	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Giacche da donna	3	2.55	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Accessori da donna	2	0.24	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da donna	23	2.76	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da donna	1	0.04	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Camicie da uomo	1	0.25	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	T-shirt da uomo	4	1.36	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	T-shirt da uomo	5	1.73	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da uomo	2	0.98	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da uomo	9	2.07	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da uomo	1	0.07	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da uomo	2	1.29	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
42	Borse riutilizzabili	6	3.72	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Pantaloni da donna	12	3.83	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Accessori da donna	1	0.27	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da donna	1	0.09	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

61	Camicie da uomo	1	0.33	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	T-shirt da uomo	1	0.18	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Camicie da donna	1	0.24	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da donna	1	0.15	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da donna	2	0.51	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da donna	1	0.17	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Pantaloni da uomo	1	0.40	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Pantaloni da donna	1	0.21	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Pantaloni da donna	1	0.29	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Camicie da donna	3	0.69	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Camicie da donna	1	0.23	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	T-shirt da donna	1	0.13	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da donna	1	0.18	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	Pantaloni da uomo	1	0.40	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Camicie da uomo	1	0.19	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da uomo	3	0.78	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	T-shirt da uomo	1	0.10	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
62	T-shirt da uomo	1	0.25	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	T-shirt da uomo	1	0.26	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Pantaloni da donna	2	1.16	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Intimo & Abbigliamento per la casa da donna	1	0.18	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Vestiti da donna	1	0.40	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
42	Accessori da donna	4458	445.80	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Giacche per bambini	1	0.61	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Giacche da donna	2	1.19	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Maglioni da uomo	1	0.32	No	a) ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza
61	Giacche per bambini	2	1.18	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Giacche da donna	2	1.90	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Maglioni da uomo	1	0.30	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Giacche per bambini	2	1.22	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Giacche da donna	22	23.32	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Giacche da donna	6	5.46	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	T-shirt da donna	1	0.23	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	T-shirt da donna	1	0.46	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Maglioni da donna	2	0.70	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Pantaloni da uomo	1	0.40	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	T-shirt da uomo	1	0.55	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Giacche da donna	1	0.91	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	T-shirt da uomo	1	0.69	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Maglioni da uomo	1	0.33	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Giacche da donna	3	2.16	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Maglioni da donna	1	0.34	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Maglioni da donna	1	0.22	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	Giacche da uomo	1	0.88	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Accessori da uomo	1	0.09	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Capi per bambini e neonati	1	0.13	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	T-shirt da donna	4	0.60	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Maglioni da donna	1	0.44	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
61	Maglioni da uomo	1	0.30	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
62	T-shirt da donna	1	0.27	No	e) impossibilità di destinare i prodotti alla preparazione per il riutilizzo o la trasformazione
		9277	2299		

Operazione di trattamento dei rifiuti					
Preparazione per il riutilizzo (in %)	Smaltimento				
	Riciclaggio (in %)	Altre modalità di recupero, ad esempio recupero di energia (in %)	Smaltimento (in %)	Distruzione totale (in %)	Sconosciute (in %)
					100%

Divulgazione di informazioni sui prodotti di consumo invenduti nei punti vendita

Questa sezione integra i dati relativi ai prodotti di consumo invenduti e smaltiti a livello di magazzino, fornendo ulteriori informazioni a livello di punto vendita. I dati riportati relativi ai punti vendita includono sia i prodotti donati alle ONG sia quelli destinati allo smaltimento dei rifiuti e, pertanto, non devono essere interpretati come riferiti esclusivamente ai prodotti che sono stati smaltiti. Si precisa inoltre che, ai sensi del regolamento di esecuzione (UE) 2026/2 (considerando 2), la donazione dei prodotti di consumo non costituisce un atto di «disfarsi» e i prodotti offerti in donazione non rientrano pertanto nell'obbligo di divulgazione: il dato riportato di seguito aggrega, in via provvisoria, sia i prodotti donati sia quelli smaltiti, poiché la ripartizione tra le due destinazioni non è ancora disponibile.

Informazioni sui prodotti invenduti nei punti vendita	
Periodo di riferimento	1 settembre 2024 – 31 agosto 2025
Categoria di prodotto	Capi di abbigliamento
Quantità totale (dato aggregato: smaltita e donata)	30804 unità
Peso totale (dato aggregato: smaltito e donato) (kg)	27184 kg
Operazioni	Donazione o smaltimento
Motivo dello smaltimento	Ragioni di carattere sanitario e relative a igiene e sicurezza (Articolo 25, paragrafo 5, lettera a dell'ESPR)

Contesto:

Nei 63 negozi UNIQLO presenti in Europa, nel periodo di riferimento, sono stati gestiti come invenduti 30804 articoli (dato aggregato comprendente sia i prodotti donati sia quelli smaltiti). Tali operazioni derivano dalle attività quotidiane dei negozi, comprese le limitazioni relative alla gestione e all'igiene di determinati articoli. Sebbene una parte significativa di tali prodotti venga destinata ai canali di donazione attraverso le partnership di UNIQLO con diverse ONG, un'altra parte viene smaltita in quanto rientra in una delle eccezioni previste dall'articolo 25, paragrafo 5, dell'ESPR, ivi compresi i casi in cui lo smaltimento è giustificato da motivi di salute, igiene o sicurezza, rendendo gli articoli non idonei alla donazione.

Nell'ambito del suo costante impegno, UNIQLO continua a lavorare all'ottimizzazione dei propri processi interni per rafforzare la tracciabilità dei dati e consentire una rendicontazione più completa sul trattamento dei prodotti dei negozi nei rapporti futuri.

Operazioni:

Non è ancora disponibile una ripartizione dettagliata tra smaltimento e donazione dei prodotti dei negozi per l'esercizio finanziario corrispondente al periodo di riferimento. UNIQLO sta implementando un sistema per monitorare questi dati in vista dei rapporti futuri.

Motivo dello smaltimento:

Dei 30804 prodotti, sono stati donati a ONG tutti quelli che soddisfacevano gli standard richiesti. La parte restante è stata smaltita per motivi di salute, igiene e sicurezza, poiché le condizioni non erano idonee alla donazione alle ONG.