



1

CHE COSA È SOSTENIBILE?

Da alcuni anni ormai si è fatto largo il concetto di moda sostenibile, a tutela dei lavoratori e a salvaguardia dell'ambiente. Tuttavia, non esiste un sistema di regole chiaro e facilmente interpretabile dai consumatori per valutare il grado di sostenibilità dei vestiti. Nel 2012 la Camera Nazionale della Moda Italiana ha promosso il Decalogo sulla Responsabilità sociale e ambientale nel settore moda: non avendo un effettivo potere esecutivo o legislativo, il manifesto viene considerato puramente orientativo.



2

OK

IL PREZZO
È GIUSTO?

Il costo di un capo viene calcolato considerando le materie prime, la lavorazione, le finiture, il confezionamento e le spese di gestione. Quando si tratta di un capo prodotto in modo sostenibile ed etico, si tiene conto anche della tracciabilità, la presenza di certificazioni, l'origine dei materiali, il sistema di gestione energetica e ambientale e la sicurezza dei lavoratori. I materiali riciclati o rigenerati hanno un ulteriore costo, quello legato alla loro raccolta, selezione e trasformazione.



3

COTONE VS POLIESTERE

Il cotone è un materiale di origine naturale, rinnovabile e biodegradabile. La sua produzione richiede un uso estensivo di acqua, suolo, pesticidi. Il poliestere è ottenuto dal petrolio attraverso un processo ad alta intensità energetica, che rilascia un particolato volatile e acidi come l'acido cloridrico. È più resistente e durevole del cotone. Non è biodegradabile, può finire in discarica o disperdere microplastiche ma può essere riciclato.



SPECCHIETTO PER LE ALLODOLE

La maggior parte degli indumenti in poliestere riciclato sul mercato è realizzata a partire da bottiglie di plastica. Il processo meccanico usato per trasformare le bottiglie in fibre, così come le sollecitazioni meccaniche e chimiche subite dai vestiti durante il lavaggio, rilasciano microplastiche. Infine, tali tessuti sono di qualità inferiore rispetto alla materia vergine e perciò sono soggetti a un maggiore deterioramento e a una maggiore perdita di microfibre.



5

TESSUTI NEXT-GEN

Negli ultimi anni la ricerca sta lavorando alla creazione di nuovi tessuti, più ecologici e performanti, per sostituire quelli a base di combustibili fossili (es. poliestere) o animali (es. pelle), e al perfezionamento dei processi produttivi con minore consumo di acqua, energia, impiego di sostanze tossiche e produzione di rifiuti. Queste innovazioni provengono da una gamma di materiali come funghi, fondi di caffè, bucce di arancia, e sfruttano tecnologie come la fermentazione di precisione e l'ingegneria sartoriale. Tuttavia necessitano di significativi investimenti e devono fare i conti con le richieste di mercato.



IL LATO OSCURO DELLO SHOPPING ONLINE

Ogni anno gli oggetti che acquistiamo e restituiamo generano 15 milioni di tonnellate di CO₂ solo per il trasporto (in media un reso percorre circa 2000 km). Si pensa che gli articoli restituiti tornino sugli scaffali e vengano rivenduti mentre in realtà la maggior parte finisce in discarica. Da un lato ai marchi di lusso non conviene vendere a prezzi scontati, dall'altro ai marchi economici costa molto di più ispezionare e riparare gli articoli piuttosto che mandarli in discarica.



DA UN'APP ALL'ALTRA

Secondo la società di consulenza strategica BCG (Boston Consulting Group), la quota di abbigliamento di seconda mano nel 2023 crescerà dal 21% del 2020 al 27%. Questo grazie ad app come Vinted, che conta 65 milioni di iscritti, Vestiaire Collective, che con spedizioni locali o dirette risparmia circa 1167 tonnellate di CO₂, Armadio Verde, che ha risparmiato 2,4 miliardi di litri d'acqua e 3300 tonnellate di CO₂, Zalando Second Hand, che consente agli utenti che vendono i propri capi di ottenere un coupon o di donarli alla Croce Rossa e WeForest.



8 NON È TUTTO ORO CIO' CHE LUCCICA

Il green marketing è una strategia di comunicazione ambientale positiva a volte legata a iniziative di scarsa sostenibilità ambientale. H&M ne è un esempio: l'azienda ha un modello di business incentrato su collezioni aggiornate di frequente, ma la collezione green ha una percentuale di materiali sintetici maggiore rispetto a quella primaria (72% vs 61%). Nessuna delle certificazioni provenienti da terze parti supporta i materiali usati per le collezioni green.

9



MOLTO PIÙ DI UN ACQUISTO

Lo shopping è molto più del semplice acquisto di prodotti e servizi. È un modo per esprimere se stessi, potenziare la propria identità individuale e vivere un'esperienza sociale. Questa attività contribuisce al senso di auto soddisfazione e gratificazione. Il comportamento dei consumatori è mediato anche da fattori ambientali, come la disposizione dei capi, la musica, l'assenza di orologi nel negozio, che vengono sfruttati dai venditori per incentivare gli acquisti.



10

NOLEGGIO: SOLUZIONE O PROBLEMA?

Il noleggio di capi d'abbigliamento, sia formali che per occasioni speciali, cresce ogni anno del 10%. I vantaggi del noleggio consistono in una riduzione degli sprechi e in un aumento della vita degli indumenti. Tuttavia, andrebbe considerato anche l'impatto ambientale del loro trasporto (tra il magazzino e il consumatore) e del lavaggio a secco.



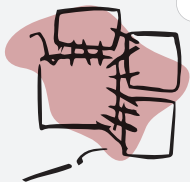
SEMPRE AL TOP

La moda fast fashion permette ai propri consumatori di indossare capi simili a quelli delle griffe più famose del pianeta, a prezzi molto bassi. Anche chi non si può permettere un particolare modello di shorts a 2000 euro, potrà così acquistarne un paio replicato da grandi catene a poche decine di euro e sentirsi parte del mondo di alta moda, a un costo accessibile.



FINCHÉ LA BARCA VA

La produzione di abbigliamento è spesso dislocata in luoghi anche molto distanti da quelli di vendita. Il trasporto della merce alla destinazione finale dipende in gran parte da camion, navi e aerei. Ogni anno circa il 90% dei vestiti viene trasportato tramite navi container, anche se spesso si preferiscono gli aerei perché sono più veloci e raggiungono più rapidamente i punti vendita. Se l'industria della moda spostasse anche solo il 3% del trasporto di indumenti dalla nave all'aereo, si avrebbe un aumento di emissioni di carbonio di oltre il 100%.



AGO E FILO

La riparazione e il rammando degli indumenti svolgono un ruolo importante nella riduzione dell'impatto sociale e ambientale dell'industria fast fashion. La diffusione di tali attività porterebbe a un aumento dei posti di lavoro e a un miglioramento del benessere sociale. Tuttavia, a causa di barriere sociali e del basso costo dei vestiti, solo il 20% degli abiti di moda viene riparato e riciclato.



14

LE SFILATE VIRTUALI

Le piattaforme digitali potrebbero contribuire a porre fine alla fast fashion. Gli NFT (Non Fungible Token) e il Metaverso stanno prendendo piede anche nel mondo della moda. I marchi e le grandi aziende di vendita al dettaglio si sono lanciati in questa tendenza offrendo capi di abbigliamento esclusivi nel mondo virtuale: gli abiti non esistono in senso fisico, ma gli acquirenti possono ottenere immagini di se stessi con gli abiti virtuali.



15

IL GIOCO È IL LAVORO DEL BAMBINO

Lo sfruttamento minorile nell'industria tessile è concentrato soprattutto nei Paesi dove la manodopera è più economica, dalla raccolta nei campi di cotone al confezionamento nelle grandi fabbriche, dove i bambini lavorano fino a 12 ore al giorno. Il Bangladesh è il secondo produttore mondiale di abbigliamento e, secondo l'UNICEF, lo sfruttamento minorile coinvolge 1 milione di bambini del Paese.



LA SECONDA VITA DEGLI ABITI USATI

Più di un terzo della popolazione europea acquista più vestiti di quelli di cui ha bisogno. In Italia diversi enti (es. HUMANA) offrono servizi di raccolta e redistribuzione di vestiti a chi ne ha bisogno o, attraverso la vendita di abiti, finanziano progetti di sviluppo sociale. Quando i capi non possono essere riutilizzati vengono impiegati nella produzione di fibre tessili.

