



SCHEDA DI ALLENAMENTO

04. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NELL'ABBIGLIAMENTO

Area	Abbigliamento
Livello	BASE
Argomento	 <p>4. Implicazioni e impatti ambientali</p>
Modulo	 <p>Sostenibilità ambientale nell'abbigliamento</p>
Parole chiavi	Abbigliamento; implicazioni ambientali; missioni CO2 E; consumo di acqua; Consumer Awareness; Sustainability; Greenwashing
Introduzione	<p>La moda ha un enorme costo ambientale, e alcune cifre possono aiutare a capire l'impatto che la moda ha sull'ambiente: l'equivalente di un camion della spazzatura pieno di vestiti viene bruciato o scaricato in una discarica ogni secondo; Circa il 60% di tutti i materiali utilizzati dall'industria della moda sono realizzati in plastica; L'industria della moda è responsabile dell'8-10% delle emissioni di carbonio dell'umanità, più di tutti i voli internazionali e le spedizioni marittime messe insieme.</p> <p>Inoltre, l'industria della moda contribuisce in modo significativo alla perdita di biodiversità. Si stima che</p>

	<p>il cotone da solo utilizza circa il 23% degli insetticidi utilizzati a livello globale e che il 25% dell'inquinamento idrico derivi dalla tintura e dal trattamento dei tessuti. Allo stesso modo, l'industria tessile dell'abbigliamento è responsabile di un uso stimato di 93 miliardi di metri cubi all'anno, l'equivalente del 4% di tutta l'acqua dolce disponibile. Quando ci si concentra solo sull'industria dell'abbigliamento, il consumo di acqua è di circa 62 milioni di metri cubi all'anno.</p> <p>Ciò significa che c'è un urgente bisogno di rallentare l'impronta ambientale della moda.</p>
Impatti/Benefici	<p>Consumare responsabilmente sicuramente contribuisce a ridurre l'impatto ambientale, ma la vera efficacia dipende dal tipo di azioni e dalla loro scala di applicazione. Ridurre i consumi o rivalutare la necessità di acquisto è l'aspetto che presenta i risultati più significativi, se accompagnato da un rallentamento della produzione e dal rispetto della lavorazione della materia prima.</p> <p>Consumare responsabile significa mettere in atto le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none">uso più frequente di abiti che già appartengono al consumatore;l'atto di prestare, adottare, offrire o scambiare vestiti negli ambienti sociali del consumatore;il prolungamento della vita degli indumenti attraverso pratiche di riparazione o trasformazione;imparare a fare i propri vestiti;acquisti di seconda mano, rispetto ai quali le imprese più piccole o locali dovrebbero essere prioritarie;acquistare consapevolmente abiti da designer o marchi dove è possibile dare un'occhiata più da vicino alla catena di produzione e alle sue pratiche. <p>Gli studi dimostrano inoltre che il contatto con la natura e le attività legate al benessere dell'individuo sono positivamente legate ad una più ponderata rivalutazione della necessità di acquisto e alla riduzione dei consumi.</p>

	<p>La consapevolezza politica dell'individuo e la partecipazione civica ad azioni collettive (partecipazione a consultazioni pubbliche, adesione a movimenti o organizzazioni che difendono la trasparenza e la sostenibilità del settore, o partecipazione a eventi di sensibilizzazione e formazione su questi temi) hanno un impatto maggiore sul cambiamento sistemico nel settore della moda rispetto al semplice comportamento dei consumatori.</p>
Buone pratiche	<p>Come regola generale, va considerato che, a causa della mancanza di trasparenza nei processi e nelle pratiche ambientali, è molto difficile classificare un marchio di moda come un esempio perfetto da seguire. Tuttavia, e in questo quadro, alcuni marchi meritano di essere evidenziati per presentare aspetti che possono essere considerati come buone pratiche, mentre altri meritano di essere evidenziati per l'azione contraria:</p> <ul style="list-style-type: none">• La Fondazione Ellen MacArthur ha sviluppato il progetto "The Jeans Redesign" in cui, con il supporto di diversi marchi ed entità, è stato compilato un manuale che dimostra che è possibile progettare e produrre jeans completamente circolari (dalla scelta dei materiali, al design del pezzo e alle possibilità di riutilizzo al termine dell'utilizzo del prodotto)• Il marchio italiano Napapijri produce abbigliamento e accessori invernali in modo diverso dai marchi convenzionali. Normalmente questo tipo di abbigliamento necessita di diversi tipi di materiali per l'isolamento e per essere impermeabile; Tuttavia, questo marchio è riuscito a utilizzare un solo materiale (un tipo di polimero) per realizzare l'intero pezzo. Il materiale è resistente e facilmente riciclabile, soprattutto perché non è mescolato con altri materiali. L'azienda incoraggia inoltre i propri clienti a riciclare i vecchi cappotti e quindi

	<p>restituirli al marchio in cambio di uno sconto da utilizzare sui prodotti del marchio.</p>
Sfide attuali e future	<p>La sostenibilità sta dominando sempre più le preoccupazioni dei consumatori e, di conseguenza, dei marchi e delle aziende del settore moda. I consumatori vogliono avere accesso a maggiori informazioni sui marchi e sulle politiche di sostenibilità ambientale delle aziende. In risposta a questa crescente preoccupazione e domanda da parte dei loro clienti, le aziende di moda e i marchi hanno riadattato la loro offerta e le loro narrazioni seguendo una logica inevitabilmente economica, cercando strategie basate sull'eco-efficienza per raggiungere gli obiettivi di profitto o sostituire la sua materia prima attraverso processi di estrazione e trasformazione meno dannosi per l'ambiente.</p> <p>Il cosiddetto "greenwashing", una strategia che utilizza la comunicazione fuorviante per persuadere il pubblico che organizzazioni, prodotti o servizi sono rispettosi dell'ambiente, non è così, sorge facilmente, e sebbene l'Unione Europea abbia presentato piani per fornire ai consumatori strumenti per distinguere le pratiche di greenwashing, l'attuale sistema economico stesso dipende da maggiori consumi. Il che lo rende estremamente difficile da contenere.</p>
Lingua	<i>Inglese</i>
Partner	<i>UA</i>
Ulteriori riferimenti	<p>Harvard Business Review, 2022. "The Myth of Sustainable Fashion".</p> <p>Global Fashion Agenda. 2021. https://globalfashionagenda.org/fashion-on-climate/</p> <p>Movie "The True Cost"</p>