

[ESG/SOSTENIBILITÀ](#) [FASHION & LUSO](#)
[IN EVIDENZA](#)

Quanto (non) è sostenibile la moda?

[Chiara Ugolini](#) 3 Giugno 2022*Illustrazione di Roberta Mazzoleni*

Nonostante il periodo di incertezza, a seguito della pandemia e della più recente crisi in Ucraina, sembra iniziata per la moda italiana la fase di ripresa. Il 2021, infatti, è andato oltre le aspettative chiudendo l'anno con un **fatturato di 91,7 miliardi di euro** (il 22% in più rispetto al 2020, anche se il 6,4% in meno rispetto al 2019, quando le vendite avevano superato i 98 miliardi). Di questa, però, solo una piccola parte è prodotta dal **green fashion** che risulta essere ancora per pochi.

Essere sostenibili, però, non è più solo una moda. Nonostante sia molto facile per i colossi del fashion cadere nel *greenwashing* e il concetto di moda circolare debba essere ancora perfezionato e definito per tutti, sono diverse le aziende di piccola o media taglia che stanno cercando di fare della sostenibilità una componente essenziale del proprio brand: dalla ricerca delle materie alla loro provenienza, fino al salario dei dipendenti e alla lavorazione dei tessuti. Come sta cercando di fare **Chiara Parise**, designer del brand Pnlp.

Il mercato del fashion italiano

Anche nel primo trimestre del 2022, il settore **tessile, moda e accessorio italiano** ha registrato risultati positivi. Secondo **Confindustria Moda**, il fatturato è cresciuto del 19,3% (oltre le aspettative del 14%), come anche il trend degli ordini che sono aumentati del 15% su base annua. Il secondo trimestre non sarà da meno. Si attende, infatti, un'incremento medio delle vendite del 12,9%. Nel complesso, quindi, il primo semestre dovrebbe così chiudersi con una crescita di fatturato del 16%.

Nonostante gli obiettivi raggiunti, emerge però una **forte preoccupazione per il futuro del comparto**. Solo l'8% delle aziende ha un sentimento positivo, mentre il 49% confida nella stabilità

Cerca ...

Cerca

Articoli recenti

- [Quanto \(non\) è sostenibile la moda?](#)
- [Pizzatech, connettere l'innovazione fra Italia e Svizzera](#)
- [Giorgio De Guzzis entra in Engineering](#)
- [Buddyfit, oltre dieci milioni di nuovi capitali con Cairo ed Rcs](#)
- [Prada, Roberto Massardi è il nuovo Chief Business Development](#)

Non perdere i nostri
aggiornamenti quotidiani!
Iscriviti alla nostra newsletter!

ISCRIVITI



del mercato e il 43% prevede un peggioramento. Sul fronte dei **rincari dell'energia**, l'80% delle imprese del settore prevede un impatto forte, il 18% lieve e il 2% trascurabile.

Se si parla di **materie prime**, nove imprese su 10 denunciano aumenti sostanziali. A esportare verso **Russia, Bielorussia e Ucraina** è il 43% delle imprese. Il 61% di loro dichiara una quota di esposizione verso questi mercati inferiore al 5% del totale delle vendite aziendali, mentre solo il 3% è esposto per oltre il 50% dell'export complessivo.

E la moda green?

Il valore del fashion sostenibile rappresenta ancora solo una piccola parte di quello del settore in generale. Nel 2019 a livello mondiale il sottosectore green valeva quasi 6,35 miliardi di dollari. Grazie alla crescente sensibilità sul tema – secondo una ricerca condotta per *Milano Finanza Fashion* da **Pwc Italia** – si stima che **nel 2023 il mercato raggiungerà gli 8,25 miliardi** con un incremento del 6,8%, nel 2025 toccherà i 9,81 miliardi e nel 2030 i 15,2 miliardi, con un tasso di crescita annuo composto del 9,1%.

L'impatto delle nuove tecnologie nella catena del valore della moda permetterà il passaggio da un sistema moda attualmente stimato a 3 trilioni di dollari a 5,3 trilioni (4,36 trilioni di euro). I settori che registreranno una crescita più significativa in termini di sostenibilità sono quelli legati all'uso di **materiali riciclati**, che faranno guadagnare circa 350 miliardi (circa 288,5 miliardi di euro), di **fibres ecologiche**, un mercato che oggi vale quasi 40,4 milioni di dollari (33,3 milioni di euro) in crescita annua del 5%, e di **packaging sostenibili**.

Non tutti i Paesi però si muovono sulla stessa velocità sul tema. Il Paese che ha registrato la crescita più alta, secondo il *Sustainability report 2020* di **Lyst**, è la **Danimarca (+114%)**, seguita dall'**Australia (+110%)** e dalla **Germania (+53%)**. Sempre tra i top 10, quasi a pari merito, si posizionano **Spagna (+51%)** e **Francia (+50%)**, mentre segue il **Canada (+30%)** e l'**Italia (+20%)** al settimo posto. Chiudono la classifica **Inghilterra (+17%)**, **Stati Uniti (+15%)** e **Russia (+14%)**.

Quanto costa all'ambiente la moda

Se all'apparenza la scelta di una moda più green – che al momento è molto più costosa di quella fast – può sembrare un capriccio o 'solo una moda', in verità si basa sulla necessità di non ignorare quanto effettivamente il fashion incide sul cambiamento climatico.

Per fare un paio di jeans, ad esempio, occorrono 3.781 litri di acqua, dalla produzione del cotone alla consegna del prodotto finale al negozio. Secondo i dati del 2019 del **Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente (Unep)**, ciò equivale all'emissione di circa 33,4 chilogrammi di carbonio equivalente. Ogni anno, quindi, **l'industria della moda utilizza 93 miliardi di metri cubi di acqua**, sufficienti per soddisfare le esigenze di consumo di cinque milioni di persone. Circa il 20% delle acque reflue nel mondo proviene dalla tintura e dal trattamento dei tessuti.

L'industria della moda poi è anche **responsabile del 10% delle emissioni globali annuali di carbonio**, più di tutti i voli internazionali e del trasporto marittimo messi insieme. Di questo passo, le emissioni di gas serra dell'industria della moda aumenteranno di oltre il 50% entro il 2030.

Ogni anno vengono scaricate nell'oceano mezzo milione di tonnellate di microfibre di plastica, l'equivalente di 50 miliardi di bottiglie di plastica: microfibre che non possono essere estratte dall'acqua e possono diffondersi lungo la catena alimentare.

Il **fast fashion** ovviamente ha accelerato gli effetti negativi. Nel giro di 20 anni la produzione di abbigliamento è raddoppiata arrivando ai 100 miliardi di nuovi capi, secondo la **Ellen MacArthur Foundation**. Ad aumentare ovviamente sono stati poi anche i consumi: una persona in media oggi acquista il 60% di vestiti in più rispetto al 2000.

Meno dell'1% degli indumenti usati, però, è riciclato in nuovi indumenti. Si stima, infatti, che ogni anno **si perdano circa 500 miliardi di dollari** di valore a causa di indumenti che vengono indossati a malapena, non donati, riciclati o finiscono in una discarica.

Pnlp, un brand che vuole essere sostenibile

Tutto ha inizio nel 2017 quando Parise decide di creare una collezione di capi realizzati con i tessuti prodotti nell'azienda di tessitura di famiglia Grisotto, in provincia di Varese, con un'attenzione particolare al tema della sostenibilità. Il prodotto finale che ne deriva è totalmente made in Italy.

"Il brand si discosta molto dalle dinamiche classiche, non lavora con ritmi frenetici, ma più su un prodotto senza stagione continuativo e con capsule collection, magari diversificate durante l'anno e incentrate su alcune particolarità. Ad esempio, materia prima oppure nuovi tessuti", racconta a *Dealflower* Chiara Parise (nella foto).



Si tratta quindi di una produzione artigianale e sartoriale, "a chilometro zero", in cui tutte le lavorazioni, dalla produzione del tessuto alla confezione del capo finito, avvengono tra Varese, Como e Milano.

"Stiamo vivendo un periodo di grande cambiamento sul tema della sostenibilità, il Covid ha accelerato il tutto. Con Pnlp però abbiamo iniziato 10 anni fa e al tempo quando spiegavi cosa facevi alle fiere ti guardavano storto", spiega la designer. Ad oggi, che sono diverse le realtà che vogliono o ci provano ad essere sostenibili, bisogna stare attenti però a non fare marcia indietro. I parametri previsti dalle certificazioni che vengono rilasciate da enti nazionali ed europei ogni anno cambiano continuamente e diventano sempre più rigidi. "Quindi è molto facile cadere nel *green washing*", aggiunge Parise.

Nonostante la spinta che si sta ricevendo in ambito Esg, l'attrazione per il fast fashion è ancora molto forte. Ad incidere è soprattutto la differenza di costi. "La sostenibilità ha un prezzo, molto più alto rispetto alla produzione di massa. Ma questo perché incide il costo dalle materie prime e l'utilizzo di nuovi procedimenti. Il tutto poi è realizzato in quantità limitate, quindi il prodotto vale di più", sottolinea la designer.

La sostenibilità quindi è ancora per pochi, soprattutto perché a cambiare deve essere la sensibilità sul tema. "Se gli stessi brand del lusso, che sono loro ad avere le capacità economiche di cercare prodotti nuovi, incrementassero nelle loro collezioni tessuti sostenibili, sarebbe già un grande vantaggio per tutto il settore. Ma lo fanno solo in pochi e questo non è ancora sufficiente per lasciare un segno", spiega.

Le difficoltà poi non riguardano solo il settore, ma tutto il mondo startup. "Spesso risulta complesso poter partecipare e ottenere gli aiuti nazionali o europei. E' vero, sono stati incrementati

negli ultimi anni, ma pochissimi sono a fondo perduto e la maggior parte riguardano finanziamenti che poi devono essere restituiti”, sottolinea la designer.

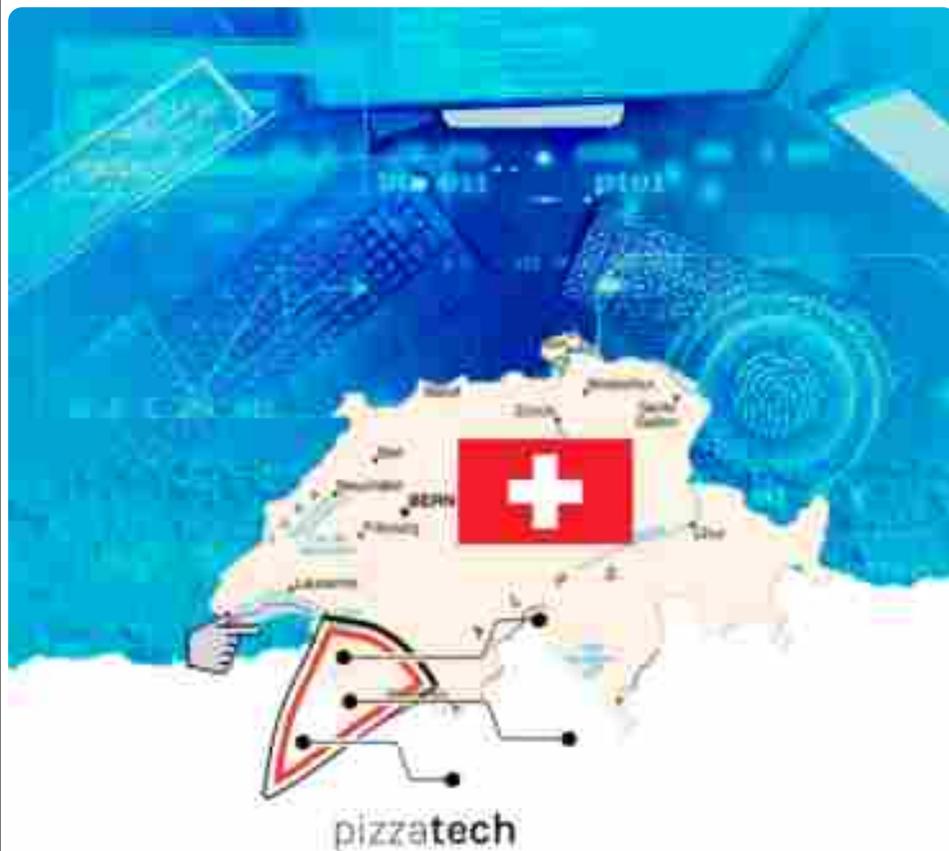
Per chi parte da zero i vincoli sono tanti, come nel caso dei fondi destinati all’imprenditoria femminile: da quanti devono essere i soci all’età anagrafica delle donne su cui investire. “Si fa tanto riferimento al lavoro delle startup, ma anche questa è diventata un tipo di attività che richiede già in principio grandi investimenti. Forse perché la maggior parte dei fondi che arrivano dall’Ue sono improntati per un tipo di imprenditoria europea (fatta di grandi realtà e multinazionali) che è molto diversa da quella italiana, più piccola, concentrata sul territorio e ricca di liberi professionisti”, conclude.

Se sono le piccole realtà, quindi, (che affrontano poi anche altre difficoltà) a portare avanti la battaglia della sostenibilità, della qualità, il cambiamento avrà bisogno di più tempo per essere definitivo. “Consapevoli che il sistema imprenditoriale della moda è tra i più inquinanti in assoluto, per rimanere imprenditoriale (in quanto legato a produzioni su larga scala) non potrà mai essere sostenibile al 100%. Si deve quindi fare di tutto per esserlo, adattarsi alle nuove esigenze sul riciclo, smaltimento e bilanciamento dei consumi, ma non cadere negli estremismi”, conclude la designer.

◆ Related Topics [Confindustria](#) [Moda](#) [Pnl](#) [PwC](#) [Italia](#)

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Mix](#)

Related Posts



[IN EVIDENZA VENTURE CAPITAL](#)

Pizzatech, connettere l’innovazione fra Italia e Svizzera

[3 Giugno 2022](#)