il Salvagente

PAESE :Italia
PAGINE :49
SUPERFICIE :80 %
PERIODICITÀ :Mensile

DIFFUSIONE :(49000)
AUTORE :N.D.

► 1 novembre 2024

"Anche l'alta moda segue le stesse logiche"

Deborah Lucchetti, coordinatrice di Abiti Puliti, punta il dito contro un modello prevalente di produzione che privilegia la massimizzazione del profitto e oggi riguarda tutto il settore, senza distinzione tra grandi marchi, made in Italy e low cost

Come si spiega il successo di Shein e Temu, che ha superato quello del fast fashion? Lo abbiamo chiesto a Deborah Lucchetti, presidente di Fair e coordinatrice della campagna Abiti Puliti che ci ha spiegato come il fenomeno dell'ultra fast fashion abbia impatti ancora più disastrosi rispetto ai giganti del fast fashion. "Si tratta di un modello distributivo di e-commerce accelerato e molto aggressivo che sforna migliaia di nuovi capi a settimana, di bassa qualità, a prezzi imbattibili, con ritmi di lavoro insostenibili, vietati dalla legge cinese sul lavoro e dallo stesso codice di condotta aziendale. Il loro successo si spiega con prezzi ancora più bassi del fast fashion, ottima integrazione commerciale con i social media come TikTok, un esercito di influencer a sostegno, e una grande capacità nella profilazione dei gusti dei consumatori per prevedere le tendenze e rispondere con rapidità al mercato. Parole magiche dietro cui si cela, nel caso di Shein, un business valutato 66 miliardi di dollari".

Dottoressa Lucchetti, c'è però chi osserva che tanto vale risparmiare, dato che nella moda di oggi non ci sono abiti davvero puliti...

Se guardiamo al concetto nel suo complesso, cioè se parliamo di filiere pulite dal punto di vista sociale e ambientale, che rispettano i diritti dei lavoratori ma anche quelli delle comunità che vivono dove insistono le fabbriche e gli impianti della lunga filiera della moda, è difficile sostenere che sia un mercato pulito. È il modello prevalente di produzione basato su massimizzazione dei profitti, compressione dei costi e utilizzo selvaggio del subappalto che produce abusi, sfruttamento, insicurezza e inquinamento. Come le recenti inchieste del Procura di Milano hanno evidenziato, è una situazione diffusa che riguarda anche il lusso e il cosiddetto made in Italy. Lo abbiamo raccontato nel nostro rapporto di ricerca sulle pratiche commerciali nella moda in Europa: ormai il modus operandi del fast fashion riguarda tutto il settore, senza distinzione tra alta gamma e prontomoda.

Non c'è alternativa?

Le alternative oggi ci sono, a partire dalla scelta di abiti di seconda mano. Sono tanti i circuiti di abiti usati che fanno una proposta di qualità, sottraendo tonnellate di vestiti alle discariche o agli inceneritori. La pratica del riuso e dello scambio è senza dubbio una strada da percorrere. Poi naturalmente si possono trovare prodotti nuovi o rigenerati da filiere orientate alla sostenibilità, in genere si tratta di piccoli brand, artigianali. Costano di più ma qualità e durata giustificano un prezzo più alto per un prodotto pensato per durare nel tempo, contro la logica dell'usa e getta.

Le forme di boicottaggio sono efficaci o bisogna agire a livello normativo?

Le campagne di sensibilizzazione, denuncia e pressione sulle imprese sono strumenti necessari e non alternativi alla produzione di norme che obblighino le imprese al rispetto dei diritti e dell'ambiente. La storia dimostra che norme progressiste nascono dalla mobilitazione sociale e dalla cultura dei diritti. È il caso della nuova direttiva europea sulla due diligence sui diritti umani che l'Italia dovrà adottare entro il 2026. Una legge che abbiamo atteso per anni e che, seppure limitata, stabilisce la necessità di intervenire sul mercato con obblighi e sanzioni, perché gli approcci volontari in decenni hanno solo protetto lo status quo.

Tutti i diritti riservati