

## Prefazioni



Come Ministro delle Imprese e del Made in Italy, sono molto orgoglioso di presentare questo volume destinato anche a essere adottato per la formazione degli studenti del corso di Fashion Management della Sapienza.

Il settore della moda è da sempre in grado di narrare la storia, celebrare il patrimonio e divulgare il talento delle nostre creazioni, oggi chiamate ad affrontare un'ulteriore sfida: la sostenibilità.

In un'epoca segnata da rapidi e profondi cambiamenti, la moda Made in Italy, grazie all'innovazione, è un comparto che può guidare la transizione ecologica.

L'Italia, con la sua ineguagliabile eredità culturale e la sua indiscussa leadership internazionale, si trova in una posizione privilegiata per diffondere pratiche più sostenibili. I nostri marchi, le competenze degli artigiani e dei designer sono rinomati in tutto il mondo per la qualità e l'attenzione sempre maggiore verso l'ambiente.

Questa pubblicazione esplora le innumerevoli sfide e opportunità della moda sostenibile, secondo un approccio nuovo in grado di conciliare stile e responsabilità ambientale.

L'innovazione sostenibile nel settore della moda non può essere ricondotta alla mera adozione di nuovi materiali o processi produttivi più verdi: è una rivoluzione che richiede un cambiamento culturale profondo legato sia a una trasformazione produttiva che alla riqualificazione delle competenze, fino all'educazione dei consumatori e a una normazione dedicata.

Alle imprese sono richiesti investimenti nell'ammodernamento dei processi produttivi, nella ricerca e sviluppo, nonché nella formazione.

Il MIMIT ha varato di recente il Piano 5.0 che mette a disposizione dell'intero tessuto imprenditoriale, incluse le aziende della moda, quasi 13 miliardi per affrontare la rivoluzione green e digitale. Inoltre, il Ministero ha istituito un Tavolo, partecipato da associazioni imprenditoriali e di rappresentanza dei lavoratori, così da poter definire una strategia condivisa di rilancio. Infine, a sostegno della valorizzazione e della promozione, nonché per le competenze, anche manageriali, sono stati introdotti nella legge sul Made in Italy diversi strumenti che vanno dalla valorizzazione delle filiere delle fibre tessili naturali e della concia della pelle, al "Fondo speciale per la transizione verde e digitale nella moda", passando al rafforzamento alla lotta alla contraffazione, fino all'istituzione del Liceo del Made in Italy e della Giornata del Made in Italy celebrata ogni anno il 15 aprile.

Tuttavia, siamo consapevoli di essere di fronte a una sfida che richiede la collaborazione di tutti gli attori coinvolti: aziende, consumatori, istituzioni e comunità scientifica.

Quindi, un master in fashion management appare un'iniziativa lodevole da supportare affinché l'Italia possa continuare a scrivere nuove storie di successo, innovazioni rivoluzionarie e strategie di adattamento al mondo che cambia, creando così i presupposti per cui la moda diviene un esempio di innovazione industriale sostenibile da emulare.

In questa chiave, la sostenibilità non è solo un obbligo etico, ma anche una leva di vantaggio competitivo e crescita economica per il settore e per il Paese.

Concludo con l'invito a considerare questo libro come un eccellente lavoro di ricerca e un utile manuale di studio, ma soprattutto come una chiamata ad agire con coraggio e determinazione per la nuova vocazione del comparto destinato a veicolare in tutto il mondo non solo il bello e ben fatto, ma anche messaggi di valore indispensabili a costruire il futuro.

Grazie

Adolfo Urso  
Ministro delle Imprese e del Made in Italy

La Phygital Sustainability Expo® rappresenta un momento d'incontro essenziale per promuovere la cultura della sostenibilità a 360 gradi. Oltre ad essere una vetrina per le eccellenze italiane nel campo della sostenibilità, l'evento si pone come un catalizzatore di un cambiamento culturale e sociale più ampio. Attraverso dibattiti, workshop, e iniziative educative, si impegna a sollevare questioni cruciali legate alla responsabilità sociale d'impresa, alla conservazione ambientale e alla promozione della diversità culturale. Nel corso di cinque edizioni, la manifestazione rappresenta un punto di riferimento per tutti coloro che credono nel potenziale della sostenibilità come motore di cambiamento positivo e necessario.

L'ampio consenso internazionale che il Phygital Sustainability Expo® ha ottenuto nel corso degli anni è testimonianza della sua rilevanza e del suo impatto a livello globale. Con più di 70 milioni di contatti certificati ogni edizione, grazie alla presenza di influencer internazionali e al supporto dei principali partner internazionali come il Parlamento europeo, la Commissione europea, la FAO e l'Italian Trade Agency, l'evento ha raggiunto una portata senza precedenti. La partecipazione di relatori provenienti da 20 diverse nazioni, insieme a 2.300 aziende iscritte all'Associazione e a una schiera di influencer e key opinion leaders internazionali, riflette l'importanza strategica dell'evento nel panorama globale della sostenibilità, soprattutto a livello turistico.

Proprio a livello turistico, i grandi eventi come il Phygital Sustainability Expo costituiscono degli irrinunciabili vettori di destagionalizzazione, altra sfida cruciale da vincere nell'ambito del turismo sostenibile.

Giunto a questo importante traguardo, l'evento si conferma come un catalizzatore di trasformazioni positive, unendo il meglio del Made in Italy sostenibile alle sfide globali della sostenibilità. E si pone un obiettivo fondamentale: promuovere e supportare la sostenibilità nella moda e nel design. Settori che giocano un ruolo altamente strategico nel tessuto economico dell'Italia, generando oltre 96 miliardi di euro di ricavi e circa 80 miliardi di euro di esportazioni.

In ambito turistico, la moda non è semplicemente un'espressione artistica, ma svolge un ruolo significativo nel plasmare l'esperienza di viaggio. Le destinazioni spesso si distinguono per la loro offerta di shopping e di eventi – anche di grandi dimensioni – legati alla moda, diventando così dei veri e propri centri di attrazione. Non a caso il turismo della moda è un pilastro dell'offerta nazionale con un fatturato di circa 27 miliardi di euro.

In un'epoca in cui la consapevolezza ambientale è essenziale, la sostenibilità gioca un ruolo cruciale nel plasmare il futuro di queste iniziative. La missione principale della Phygital Sustainability Expo è quella di diffondere in maniera efficace la cultura del sostenibile. Oltre a presentare le migliori realtà italiane impegnate sul tema, l'evento si propone di essere un motore per promuovere un cambiamento culturale e sociale su larga scala.

Nel turismo, l'Italia si posiziona al di sopra della media europea in 5 dei 6 indicatori di impatto ambientale: ciò dimostra l'impegno nel proteggere le nostre risorse naturali, e, soprattutto, nel promuovere un settore responsabile e sostenibile, tanto che il tema è centrale anche nel Piano strategico del turismo. Una visione industriale che ha l'obiettivo di promuovere modelli di viaggio che siano in linea con gli sviluppi tecnologici e le esigenze ambientali; laddove la duplice transizione, digitale ed ecologica, assume un'importanza sempre più vitale nelle logiche e nelle dinamiche del comparto.

La moda svolge un ruolo fondamentale nella promozione del turismo sostenibile, incoraggiando pratiche e produzioni responsabili che rispettano l'ambiente e le comunità locali.

Ora che la macchina si è messa in moto dobbiamo fare di tutto perché non si fermi, anzi se possibile acceleri lungo il percorso, perché la strada è ancora lunga. In questo caso, il detto "chi va piano va lontano" non vale. Bisogna correre.

Ministero del Turismo

Nel marzo 2022, nel contesto del piano d'azione per l'economia circolare, la Commissione europea ha proposto una propria strategia per rendere i tessuti più durevoli, riparabili, riutilizzabili, riciclabili e in grado di debellare il fenomeno del c.d. fast fashion (ovvero il metodo di produzione che prevede il lancio di nuove collezioni continuamente e in tempi brevissimi) stimolando l'innovazione nel settore.

Gli sforzi legislativi delle istituzioni europee degli ultimi anni sono figli di una sensibilità ormai diventata comune e si sono concentrate su nuove strategie che comprendono requisiti di progettazione ecocompatibile per i tessuti, informazioni più chiare, un passaporto digitale dei prodotti e l'invito per le aziende ad assumersi la responsabilità e ad agire per ridurre al minimo la propria impronta ambientale e produzione di CO<sub>2</sub>.

Il Parlamento europeo ha votato di recente le proposte normative per contrastare il c.d. greenwashing, ovvero contro le affermazioni di sostenibilità fasulle o non supportate dai dati. L'UE si è posta l'obiettivo di porre fine al greenwashing e di fornire più informazioni ai consumatori sulla durabilità dei prodotti da loro acquistati.

L'aggiornamento delle norme esistenti per quanto riguarda le pratiche commerciali e la protezione dei consumatori – che comprendono pacchetti normativi sull'economia circolare, sul controllo e contrasto alla presenza di sostanze chimiche nocive anche nei tessuti, il pacchetto normativo sui rifiuti, – con l'obbligo a provvedere alla raccolta differenziata dei tessili entro il 2025 –, il marchio ecolabel UE – a disposizione dei produttori che rispettano i criteri ecologici –, sono passi avanti importanti e necessari ma devono essere integrati anche dal contributo fattivo degli operatori del settore che si pongono spesso all'avanguardia nella conoscenza e sperimentazione di nuove frontiere per un'economia del settore tessile che sia al contempo sostenibile e competitiva.

Per questo l'ufficio in Italia del Parlamento europeo supporta iniziative quali il Phygital Sustainability Expo®, ritenendo particolarmente importante sostenere in maniera effettiva il dialogo e lo scambio di informazioni e buone pratiche per favorire la lotta al cambiamento climatico e la transizione ecologica.

Gli obiettivi del progetto, tra cui la riduzione degli sprechi dei marchi di moda e design tramite imballaggi sostenibili, il riutilizzo, la rivendita e la gestione dei rifiuti; la riduzione delle emissioni di carbonio dei marchi di moda e design attraverso l'ottimizzazione delle risorse e le alternative alla pelle; insieme agli

sforzi di sensibilizzazione del pubblico sull'impatto inquinante della moda attraverso gli incentivi ai consumatori e garanzie di tracciabilità, sono obiettivi ambiziosi, ma è necessario che vengano implementati per ridurre gli sprechi relativi al settore, per una filiera più verde e sostenibile.

Questo è fondamentale siccome si parla di settori come quello tessile, dove la produzione è aumentata fino praticamente a raddoppiare dal 2000 (da 58 milioni di tonnellate a 109) al 2020 e di cui è prevista un'ulteriore crescita fino a 145 milioni di tonnellate per il 2030.

La scorsa edizione del Phygital Sustainability Expo®, che ha visto un coinvolgimento da parte di diversi partner istituzionali tra cui il Parlamento europeo, FAO, Città di Roma Capitale, Italian Trade Agency, la stessa Università "La Sapienza", ma anche Poste Italiane, Enel X e Frecciarossa, ha contribuito allo scambio di buone pratiche e alla reciproca conoscenza partendo dagli operatori del settore e favorendo il dialogo con le istituzioni e i decision makers.

Hanno partecipato con il proprio patrocinio anche le istituzioni italiane, come il Parlamento e vari ministeri, ma anche RAI, Today.it, Urban Vision, SDA Bocconi, CNA, ENEA, CNR, World Food Programme Italy, NIAF, ASviS, Legambiente; istituzioni, nazionali e internazionali, e stakeholders che hanno permesso di tradurre teoria in pratica e prodotto il coinvolgimento attivo degli operatori del settore.

Esempi come questo possono essere annoverati tra le best practices il cui apporto è essenziale per contribuire alla transizione ecologica. Cittadini e istituzioni, ma anche enti privati e aziende possono dare un contributo prezioso alla ricerca, alla promozione di un ciclo produttivo e azioni consapevoli che possono sostenere una crescita verde, digitale, responsabile e sostenibile.

Carlo Corazza  
Capo ufficio, Parlamento Europeo in Italia



L'ambito della moda sostenibile è in grande crescita in Italia e nel mondo. È aumentata la consapevolezza del consumatore e la sensibilità sui temi ambientali e del riuso. Intercettare questa nuova tendenza del settore significa prima di tutto portare dei benefici all'ambiente e allo stesso tempo rendere il nostro Made in Italy ancor più competitivo.

Il Phygital Sustainability Expo®, luogo di incontro tra imprese, istituzioni e portatori di interesse è anche un'occasione per richiamare, grazie al suo respiro internazionale, buyers da tutto il mondo. Appuntamenti di questo livello costituiscono per Roma e per il Lazio un momento di grande visibilità e sono strumento per attrarre turismo nella nostra regione. Una vetrina capace di mostrare il connubio perfetto tra la bellezza dei luoghi e il meglio delle nostre maestranze rivisitate in chiave nuova, all'insegna del rispetto dell'ambiente.

Quello della moda sostenibile è senza dubbio un settore in notevole espansione e noi vogliamo accompagnare il grande lavoro che stanno svolgendo imprese, start up all'avanguardia e giovani generazioni di creativi.

La Regione Lazio è al fianco delle aziende che stanno intraprendendo un percorso verso la transizione energetica. Siamo convinti che questo sia l'inizio di un nuovo viaggio da fare insieme per dare alla nostra regione un ruolo centrale e all'avanguardia nell'ambito della sostenibilità e dell'innovazione. Si tratta di un nuovo modo di intendere l'industria in chiave etica e puntando ad annullarne l'impatto ambientale. Un radicale cambiamento di prospettiva sul quale tutti noi dobbiamo investire.

Altro grande pregio di Phygital Sustainability Expo® è quello di supportare il rilancio del turismo, non solo perché si tratta di un evento capace di attirare un elevato numero di visitatori, ma anche perché le immagini della manifestazione vengono rilanciate in tutto il mondo grazie al coinvolgimento di televisioni e influencer internazionali.

Per tutte queste ragioni, non possiamo che essere felici di ospitare questo importante appuntamento nella nostra regione, nell'auspicio che possa continuare a crescere come ha già dimostrato di saper fare in questi primi anni di attività.

Elena Palazzo  
Assessore Turismo, Ambiente, Transizione Energetica  
e Sport della Regione Lazio



# Introduzione

Il concetto di sviluppo sostenibile, comunemente indicato come *sostenibilità*, risale agli anni Settanta, periodo nel quale si inizia a prendere consapevolezza dei limiti intrinseci di una crescita produttiva incontrollata legata alla scarsità delle risorse e alla correlazione con l'ambiente circostante. Più in generale, il concetto di sostenibilità affonda le sue radici nelle culture più antiche. Tale concetto ha permeato la storia umana fin dalle sue origini, con numerose culture e civiltà, che hanno perseguito e ancora oggi perseguono l'arduo compito di gestire il complesso rapporto tra la natura e l'umanità. Con l'avvento della Prima Rivoluzione Industriale emerge in modo evidente la connessione tra l'economia e l'ambiente. Una connessione che, se non gestita e armonizzata, ritrova il prevalere dell'una rispetto all'altra e viceversa. Una definizione condivisa di *sostenibilità* viene ricondotta al 1987 nel rapporto Brundtland (*Our common future*) della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo dell'*United Nations Environment Program*, in cui si definisce con il termine *sostenibile* uno sviluppo idoneo a soddisfare le necessità della generazione presente senza compromettere la capacità di quelle future di rispondere alle loro<sup>1</sup>.

In questa monografia, gli autori accompagnano il lettore in un percorso che parte da una contestualizzazione ampia del concetto di sostenibilità in ambito storico ed economico per poi focalizzare l'attenzione al settore moda, al momento il più coinvolto, in una transizione verso un carattere più sostenibile e responsabile, per importanza in termini di fatturato e di complessità produttiva e per essere tra i primi settori con il maggior impatto ambientale.

Nel primo capitolo si ripercorre l'evoluzione storica e teorica generativa della distinzione tra crescita e sviluppo sostenibile, dove per sviluppo sostenibile si intende l'idea che solo uno sviluppo, che preserva la riproducibilità delle risorse naturali e adotta un utilizzo attento delle risorse non rinnovabili, può essere considerato sostenibile ponendosi l'obiettivo di rendere le attività di produzione e

---

<sup>1</sup> Santo, L. (2007). Treccani Enciclopedia Italiana – VII Appendice. [https://www.treccani.it/enciclopedia/sostenibilita\\_%28Enciclopedia-Italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/sostenibilita_%28Enciclopedia-Italiana%29/) (Accesso: 15.03.2024).

consumo congrue con le risorse limitate e la sopravvivenza di tutte le specie viventi. Queste tematiche sono emerse come prioritarie nella sfera politica internazionale, in special modo per i paesi industrializzati, assumendo per questi ultimi una posizione centrale nell'agenda delle istituzioni. Tuttavia, tale obiettivo non può essere delegato ai soli governi nazionali. È imperativo riconoscere l'importanza della partecipazione e dell'investimento della società nel suo complesso, ed è innegabile che il contributo dell'industria e delle imprese rivesta un ruolo cruciale in questo sforzo.

Nel secondo capitolo, si focalizza l'attenzione sul settore moda che da sempre rappresenta uno specchio della società, riflettendo non solo i gusti e le tendenze estetiche, ma anche le dinamiche economiche, sociali e ambientali del nostro tempo. Tuttavia, mentre l'industria della moda continua a prosperare e a influenzare le vite di milioni di persone in tutto il mondo, il suo impatto sull'ambiente e sulle comunità globali è diventato sempre più evidente e preoccupante. I consumatori, in special modo le nuove generazioni, hanno sviluppato una maggior sensibilità nel compiere scelte eco e socio-compatibili nella consapevolezza di voler attuare dei comportamenti virtuosi a favore della tutela dell'ambiente, espressione di valori identificativi della propria identità sociale. In parallelo a questa evoluzione delle esigenze e dei valori dei consumatori, le aziende hanno intrapreso, già da tempo, un percorso di interiorizzazione e adattamento della propria supply chain alle buone pratiche di compatibilità e sostenibilità ambientale. In questo contesto nasce la necessità di una transizione verso una moda più sostenibile, un movimento che sta guadagnando slancio in tutto il mondo e che ha trovato un'importante manifestazione in Italia grazie all'impegno e all'attività della Sustainable Fashion Innovation Society (SFIS).

Nel terzo capitolo, viene esposto il caso della SFIS quale esempio di aggregazione e strumento idoneo a supportare nel miglior modo gli stakeholders coinvolti nel migliorare le proprie azioni e organizzazioni in termini di sostenibilità e cultura ambientale. La sintesi delle attività della SFIS si ritrova nel *Phygital Sustainability Expo®*, primo evento in Italia interamente dedicato alla promozione internazionale delle eccellenze sostenibili del "Made in Italy". Questo evento innovativo si propone come punto di incontro per professionisti del settore, istituzioni, accademici e consumatori consapevoli, con l'obiettivo di esplorare le sfide e le opportunità della moda sostenibile e di sviluppare strategie concrete per un futuro più equo. Il *Phygital Sustainability Expo®* rappresenta un momento di condivisione ottenuto mediante la combinazione di elementi fisici e digitali al fine di creare un'esperienza coinvolgente e accessibile a un pubblico globale. Tale approccio "phygital" riflette la natura interconnessa del mondo contemporaneo, dove le tecnologie digitali hanno trasformato radical-

mente la nostra capacità di comunicare, collaborare e agire per il bene comune. Il tema centrale di questo evento olistico e di questa monografia, ossia la cultura della sostenibilità, è di cruciale importanza nell'attuale contesto globale, in cui la crisi climatica, la scarsità delle risorse e le disuguaglianze sociali richiedono azioni urgenti e innovative. Il "Made in Italy", con la sua lunga storia di eccellenza artigianale e creativa, ha un ruolo fondamentale da svolgere in questa transizione verso una moda più sostenibile e responsabile. Tuttavia, ciò richiede un impegno collettivo e un approccio sistemico che coinvolga l'intera filiera, dalla produzione alla distribuzione, fino al consumatore finale. La SFIS con il Phygital Sustainability Expo® fornisce una piattaforma unica per esplorare le migliori pratiche, le innovazioni tecnologiche e le nuove tendenze nel campo della sostenibilità. Un'organizzazione che offre l'opportunità di creare reti e partnership tra stakeholder diversificati, al fine di promuovere una cultura della sostenibilità e catalizzare il cambiamento positivo all'interno dell'industria.

Nel quarto e ultimo capitolo, vengono esposti i casi aziendali che rappresentano l'ultima tappa del percorso verso la sostenibilità di questa monografia, casi che rappresentano esempi positivi e virtuosi di aziende che hanno deciso di intraprendere, anche con piccoli passi, il cammino verso un modo di produrre e di pensare più consapevole ed eco-sostenibile.

In conclusione, gli autori hanno voluto ripercorrere le tappe fondamentali ed evolutive della sostenibilità e nello specifico nel settore moda, mediante l'esposizione del caso della SFIS che rappresenta un'occasione senza precedenti per ispirare, informare e coinvolgere tutti coloro interessati a contribuire a un futuro più sostenibile e inclusivo, con l'obiettivo di fornire "nuovi occhi" con cui guardare la moda.