

Sustainable Fashion Communication Playbook: come comunicare la moda

di

Martina Moretti



Che il settore della moda sia lontano dal contribuire ai Sustainable Development Goals o a quanto stabilito dall'Accordo di Parigi, è ormai un fatto constatato. Basti pensare che il settore, oltre ad emettere annualmente tra il 2% e l'8%

delle emissioni globali di gas a effetto serra, è responsabile del 9% dell'inquinamento da microplastiche negli oceani ed è considerato tra i più impattanti in termini di consumo di acqua dolce ([UNEP 2023](#)).

Ne deriva che, non solo risulta necessario affrontare gli impatti che tale produzione crea, ma che sia anche essenziale modificare i modelli lineari di consumo.

La volontà di mantenere l'obiettivo del riscaldamento climatico entro il 1,5°C e, allo stesso tempo, di realizzare una corretta ed efficace comunicazione della moda (perché parliamo di comunicazione della moda?), ha spinto l'UNEP e l'UN Climate Change – Fashion Industry Charter a lanciare il 28 giugno, durante il Global Fashion Summit, il [Sustainable Fashion Communication Playbook](#), manuale di comunicazione della moda sostenibile.

Il Playbook riconosce nel marketing, e quindi nel ruolo del marketer, del brand manager, dell'influencer, dei creatori di immagini e non solo, un ruolo

significativo nel plasmare i desideri, le aspirazioni e le abitudini dei consumatori. Per tale ragione, il Documento sottolinea l'importanza di trasformare la comunicazione della moda verso soluzioni più sostenibili e circolari, utilizzare le competenze dei comunicatori ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, sia ambientali che sociali.

In concreto, il Sustainable Fashion Communication Playbook fornisce una guida pratica, con elenchi di cose da fare e non fare e casi studio come esempi di buona condotta. Quattro sono le direttive individuate per garantire una comunicazione chiara e standard:

- **Lead with the science:** contrastare la disinformazione e il greenwashing. Presentata come livello base del Playbook, la prima area mostra ai comunicatori il perché e il come l'utilizzo trasparente di informazioni scientifiche e tecniche sia fondamentale per la creazione di messaggi credibili e significativi;
- **Change Behaviours and Practices:** ridurre i messaggi che incoraggiano il consumo eccessivo promuovendo, allo stesso tempo, cambiamenti positivi e soluzioni circolari accessibili. Occorre un cambiamento culturale, per questo si incoraggiano i comunicatori ad indirizzare i consumatori verso stili di vita più sostenibili e a compiere scelte circolari e a minor impatto ambientale;
- **Reimage Values:** riorientare le aspirazioni verso stili di vita più sostenibili. Si concentra sulla creazione di moduli di ruolo utili a rappresentare modelli alternativi di status e successo, sottolineando anche la possibilità dei comunicatori di spiegare, esplorare e celebrare i valori ecologici, culturali e sociali;
- **Drive Advocacy:** responsabilizzare i consumatori. Dimostra come i comunicatori possono spingere i consumatori ad avere un ruolo attivo nella lotta al cambiamento climatico, suggerendo loro di chiedere una maggiore azione da parte delle aziende e dei politici.

In questo modo, il Playbook riconosce la necessità di cambiamenti sistematici a livello politico, sociale ed aziendale.

Creato tramite una consultazione congiunta di 160 stakeholder del settore a livello mondiale, il documento oltre che una guida, rappresenta anche un punto di riferimento per l'impegno a garantire e mantenere nel tempo una veste sostenibile a tutto ciò che viene comunicato sulla moda in generale. A tal proposito, il Playbook è stato sviluppato con l'idea di poter essere adottato da organizzazioni dei paesi sviluppati e in via di sviluppo, con dimensioni che vanno dalle piccole e medie imprese alle multinazionali di tutto il mondo.

L'auspicio è che, quante più realtà possibili adottino ed integrino le indicazioni fornite nel Playbook nelle loro pratiche di marketing giornaliere. Affinché questo avvenga, l'UNEP fornirà, a fine 2023, delle masterclass che verranno lanciate in tutte le regioni del mondo.

Categoria: [Economia Circolare](#)

Tag: [#circular](#), [#communication](#), [#fashion](#), [#playbook](#), [#SDGs](#), [#Sustainability](#), [#unep](#)

Web: www.dirittoambientale.it