



Vestiti second hand: ecco perché indossarli ti renderà una persona migliore

Progetto Copywriting di Chiara Ghillani

Motivazione

Il cliente ipotetico che ho scelto per la realizzazione di questo progetto di copywriting è **LookBook**, azienda che opera nel mercato del second hand di vestiti. **Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dall'ONU perseguiti da questa azienda** sono due: **il consumo e la produzione responsabili e la lotta contro il cambiamento climatico**.

La mia scelta è stata mossa da **ragioni personali: io per prima**, infatti, **cerco sempre alternative di seconda mano quando ho necessità di procurarmi qualcosa**, che sia un libro, un capo di vestiario o un dispositivo tecnologico, e invito continuamente anche chi mi sta intorno a fare altrettanto.

In particolare, questo progetto mi ha permesso di **approfondire conoscenze che già avevo sul mondo della moda e del fast fashion**, motivandomi ancor di più a rivolgermi al second hand in fatto di abbigliamento.

Target & Tone of Voice

Il mio articolo è stato pensato per essere **rivolto a un pubblico composto da persone giovani** (indicativamente aventi tra i 15 e i 35 anni di età) **che comprano abitualmente vestiti nelle famose catene di negozi fast fashion senza sapere o interrogarsi su cosa ci sia effettivamente dietro ai prezzi bassissimi dei capi di abbigliamento che vi si possono acquistare**. Per questa ragione, ho scelto appositamente un **tone of voice molto colloquiale e amichevole**, in modo da coinvolgere il pubblico senza annoiarlo e per stimolarlo alla riflessione.

Headline

Per l'headline, composto da **11 parole**, ho deciso di **fare leva sull'etica del pubblico**, anticipando chiaramente che **il beneficio che ne trarrà chi deciderà di leggere l'articolo sarà quello di scoprire un metodo per migliorare come essere umano**.

L'estensione dell'header (*"Ti sei mai fermata a pensare a cosa ci sia davvero dietro a tutti quei vestiti che vendono per pochi euro nelle grandi catene di negozi di abbigliamento? Scopriamo insieme le ombre del fast fashion e le luci del second hand"*), oltre ad **aggiungere qualche informazione in più su come verrà trattato l'argomento dell'articolo** sottolineando la dicotomia fast fashion/second hand, **è stato pensato per far incuriosire il pubblico**, attraverso una domanda rivolta in modo diretto, **a un tema su cui non ha mai effettivamente riflettuto**.

Struttura dell'articolo

Premessa: per rendere l'articolo il più inclusivo possibile, essendo anche la parità di genere e la riduzione delle disuguaglianze negli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU, ho optato per l'uso del simbolo fonetico schwa (ə/3, rispettivamente singolare e plurale). Per il suo corretto utilizzo ho consultato [questo](#) articolo della copywriter Alice Orrù.

- **Nell'introduzione** anticipo fin da subito al pubblico **il principale problema dell'industria fast fashion**, e cioè il suo terribile impatto ambientale, **un problema su cui il target di riferimento non ha mai riflettuto**. Per questa ragione, **dopo aver esposto questo problema**, attraverso le frasi *“Ma a tutto, come si suol dire, c'è un rimedio”* e *“Vuoi sapere perché comprare vestiti second hand ti renderà una persona migliore e, soprattutto, come potrai diventarla in modo facile e veloce? Allora continua a leggere questo articolo!”* **instillo nel pubblico il pensiero che non solo è ancora in tempo per rimediare al proprio comportamento, ma anche che, se continuerà a leggere l'articolo, potrà trovare una soluzione per farlo in modo facile e veloce**. Oltre a ciò, **nell'introduzione espongo**, attraverso **elenco numerato**, **l'ordine degli argomenti** che verranno affrontati nell'articolo;
- **Nel primo paragrafo**, suddiviso in due sezioni interne, **spiego il significato delle espressioni inglesi “fast fashion” e “second hand”**. Per far comprendere meglio il funzionamento del fast fashion **sfrutto la similitudine con il fast food**, un immaginario sicuramente più diffuso e quindi più conosciuto da parte del giovane pubblico. **Il second hand, invece, viene presentato come soluzione da mettere in atto per non lasciarsi più coinvolgere dal modello di business del fast fashion**, dannoso sia per l'ambiente che per la persona. I suoi **principali benefici** sono esposti attraverso un **elenco numerato**. In questo paragrafo **viene anticipata anche parte delle motivazioni che hanno spinto il team di LookBook allo sviluppo della propria app**;
- **Nel secondo paragrafo spiego l'impatto ambientale dell'industria tessile**. Per rendere i dati più digeribili da parte del pubblico ho utilizzato le **infografiche** presenti nelle fonti che ho consultato. Per sottolineare quanto **l'intervento attivo del pubblico sia di fondamentale importanza**, mostro anche l'impegno limitato di 12 aziende tessili analizzate dal WWF, accompagnato da **un'altra infografica**;
- **Nel terzo paragrafo spiego i vantaggi dei negozi second hand, il funzionamento dell'app LookBook e le altre motivazioni che hanno spinto il team a crearla**. L'esistenza di questo paragrafo è esplicita fin dall'introduzione, e **per mantenere l'attenzione del pubblico fino a questo punto ho rivelato a**

mano a mano, nel corso della lettura, qualche piccolo dettaglio in più riguardo all'app LookBook, in modo da intrattenerlo fino alla sua vera e propria descrizione più specifica e dettagliata. Le informazioni sul funzionamento dell'app sono esposte attraverso **elenco puntato e frasi brevi e concise**, in modo che siano facilmente memorizzabili. Per rendere il progetto il più simile possibile a un effettivo blog post **ho creato un semplice mockup con l'ipotetica pagina di login e signup dell'applicazione.** Anche **i link** che rimandano agli app store da cui scaricare l'applicazione **sono formattati in modo da assomigliare il più possibile a link effettivamente funzionanti;**

- **Nel paragrafo conclusivo riepilogo gli argomenti trattati**, nello stesso ordine in cui li ho presentati nell'introduzione e nel corpo dell'articolo. **Lancio, infine, un appello al pubblico affinché non dimentichi che qualsiasi azione, se mossa da amore e rispetto per l'ambiente, è un'azione utile, indipendentemente dalla sua presunta grandezza o piccolezza.**

Il progetto rientra nel limite di parole compreso tra 1500 e 3000, in quanto il corpo dell'articolo è costituito da **2420 parole.**

Principi di persuasione

Nell'articolo ho sfruttato **quattro dei sei principi di persuasione di Cialdini:**

1. **Scarsità.** Per convincere il pubblico ad affrettarsi a scaricare l'app LookBook **ho fatto leva su un principio universale del second hand**, ovvero che **i pezzi esposti sono, solitamente, pezzi unici, e che possono andare perduti per sempre se non si coglie al volo l'offerta** (*"Devi, però, affrettarti: molti vestiti usati, infatti, sono quasi sempre pezzi unici, e se trovi qualcosa che ti convince devi sbrigarti ad aggiudicartelo, prima che qualcunə lo faccia prima di te"*);
2. **Autorevolezza.** Per la scrittura dell'articolo **ho fatto riferimento a fonti autorevoli** che ho anche citato direttamente nel testo, ovvero **il Parlamento Europeo, il WWF e l'associazione Dress the change;**
3. **Simpatia.** Il principio di simpatia è osservato dalla prima all'ultima riga dell'articolo. **Il pubblico non è mai giudicato** (*"Lo so, lo so. Quei prezzi così bassi sono davvero allettanti"* e *"Capita, ci siamo cascat3 tutt3"*) **o lasciato solo durante la lettura** (*"Ma cosa possiamo fare noi, e cosa puoi fare tu, di concreto, per non essere coinvolt3 in tutto questo?"*), **e viene continuamente compreso** (*"Giuntə a questo punto, dopo aver letto un quadro così sconcertante, ti starai probabilmente chiedendo"*), **coinvolto nello sviluppo della riflessione** (*"Hai capito perché ti ho fattə pensare al cibo, anche se stiamo parlando di moda?"*) **e messo sullo stesso piano del team di LookBook, anch'esso in passato "vittima" del fast fashion**

(“Magari li hai anche tu questi pregiudizi, persino io li avevo fino a qualche tempo fa. Anzi, tutto il mio team li aveva”). In questo modo, **il team di LookBook e il pubblico entrano reciprocamente in simpatia, sintonia ed empatia;**

4. **Riprova sociale:** nelle ultime righe dell’articolo ho fatto notare al pubblico che la sostenibilità è un tema sempre più diffuso e osservato. **Se anche molte altre persone nel mondo comprano vestiti usati e, quindi, praticano questa attività apparentemente piccola e di poco conto, perché non dovrebbe farla anche il pubblico dell’articolo, magari usando proprio l’app LookBook?** *(“Anche noi di LookBook vogliamo contribuire a questo cambiamento. Perché non ti unisci a noi? Ti aspettiamo sulla nostra app!”).*

CTA

Le due principali CTA sono posizionate a fine articolo, in modo da essere facilmente individuate: **ho creato la prima a forma di pulsante** (*“Scarica l’app LookBook!”*) **mentre la seconda è testuale** (*“Condividi questo articolo su”*) **e accompagnata dalle icone dei social Facebook, Instagram e Twitter** attraverso cui condividere facilmente l’articolo. Entrambe sono state realizzate in modo da **assomigliare il più possibile a CTA realistiche e interattive**. Nel terzo paragrafo è presente *“Scarica subito e gratuitamente la nostra app LookBook: puoi trovarla sia su [App Store](#) che su [Play Store](#)!”*, formattata in modo che **“App Store” e “Play Store” sembrino rimandare alle rispettive pagine di download**.

Unicità

L’unicità del mio articolo è data dal fatto di essere perfettamente bilanciato tra:

- **Ispirazione.** Il desiderio di migliorare come esseri umani è espresso chiaramente dall’headline fino all’ultimo paragrafo di articolo, e questa è un’aspirazione condivisa dal pubblico, dal team di LookBook e da tutte le persone che nel mondo sfruttano il second hand;
- **Informazione.** Il carattere informativo dell’articolo è reso chiaro e digeribile grazie all’uso di parole semplici, alla formattazione del testo e alle infografiche;
- **Intrattenimento.** L’articolo è di lettura piacevole e discorsiva, e la curiosità e l’attenzione del pubblico sono continuamente stimulate grazie alle domande che gli sono rivolte.

Fonti & Tools

Conoscendo già il tema del progetto, **l'articolo è frutto sia di mie conoscenze personali che di ricerche a fonti autorevoli**. Nel secondo caso, **ho consultato i seguenti materiali**:

- Parlamento Europeo, “*L'impatto della produzione e dei rifiuti tessili sull'ambiente (infografica)*”,
<https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20201208STO93327/l-impatto-della-produzione-e-dei-rifiuti-tessili-sull-ambiente-infografica>;
- WWF, “*Cambiare la moda. L'industria tessile e dell'abbigliamento si trova di fronte a una trasformazione radicale. Rapporto sull'ambiente e l'innovazione 2017*”,
[https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2017-09/2017-09-WWF-Report-Cambiare la Moda 2017-IT.pdf](https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2017-09/2017-09-WWF-Report-Cambiare%20la%20Moda%202017-IT.pdf);
- Dress the change, “*Che cos'è la Fast Fashion? Un modello di business insostenibile*”,
<https://dressthechange.org/fast-fashion/>.

Nell'articolo **ho mantenuto anche gli stessi collegamenti ipertestuali a fonti esterne presenti nei materiali che ho consultato e utilizzato**.

Le foto provengono da **Unsplash**; le infografiche dalle fonti elencate qua sopra.

Le icone dei social Facebook, Instagram e Twitter provengono da **UXWing**.

Per realizzare la copertina del PDF ho utilizzato **Figma**. Il mockup dell'app LookBook è stato realizzato con **Figma** e con il plugin **Artboard Studio**. Anche per il pulsante CTA ho utilizzato **Figma**.



Vestiti second hand: ecco perché indossarli ti renderà una persona migliore

[#SecondHand](#) [#FastFashion](#) • Chiara Ghillani • 06/12/2021 • Tempo di lettura: 8/9 min.

Ti sei mai fermata a pensare a cosa ci sia davvero dietro a tutti quei vestiti che vendono per pochi euro nelle grandi catene di negozi di abbigliamento? Scopriamo insieme le ombre del fast fashion e le luci del second hand.

Introduzione

*Cosa stai indossando in questo momento? Non dirmi dei capi di abbigliamento comprati in quelle **famose catene di negozi fast fashion** che vendono **vestiti a prezzi stracciati** ma fatti con **materiali di pessima qualità** e con un **terribile impatto ambientale**!*

*Lo so, lo so. Quei prezzi così bassi sono davvero allettanti, specialmente in un periodo storico così difficile come quello che stiamo vivendo da più di un anno. **Capita, ci siamo cascat3 tutt3. Ma a tutto, come si suol dire, c'è un rimedio. Esistono, infatti, alternative ugualmente economiche, ma decisamente più sostenibili, per comprare vestiti: ne è un esempio la pratica del second hand**, su cui, però, esistono ancora molti pregiudizi e stereotipi.*

In questo articolo voglio mostrarti **tutte le ragioni per cui dovresti:**

- 1. Smettere di sostenere il mercato fast fashion;**
- 2. Rivalutare il second hand;**
- 3. Passare ad acquisti più etici e sostenibili utilizzando semplicemente un'app sul tuo smartphone.**

Vuoi sapere perché comprare vestiti second hand ti renderà una persona migliore e, soprattutto, come potrai diventarla in modo facile e veloce? Allora continua a leggere questo articolo!

Argomenti trattati:

- 1. “Fast fashion” e “second hand”: sì, ma cosa significano?;**
 - 1.1 Definizione di “fast fashion”;**
 - 1.2 Definizione di “second hand”.**
- 2. L’impatto dell’industria tessile sull’ambiente;**
 - 2.1 Il consumo di acqua;**
 - 2.2 L’inquinamento idrico;**
 - 2.3 Le emissioni di gas a effetto serra;**
 - 2.4 I rifiuti tessili.**
- 3. LookBook, la nostra app per vestiti second hand;**
- 4. Conclusione.**

1. “Fast fashion” e “second hand”: sì, ma cosa significano?

Come avrai sicuramente notato, per anticiparti l’argomento di questo articolo ho usato ripetutamente **due espressioni inglesi**: mi riferisco a **“fast fashion”** e a **“second hand”**. *Ma cosa vogliono dire esattamente questi due concetti?*

1.1 Definizione di “fast fashion”

Per **“fast fashion”** si intende **un modello di business che si basa sulla produzione veloce** (“fast” appunto) **di capi di abbigliamento** (in inglese “fashion”) **venduti a basso costo, realizzati spesso in scarsa manifattura e destinati a un breve ciclo di vita.**



Per capire meglio questa definizione, **può esserti d'aiuto pensare a un altro esempio di business ugualmente problematico, e cioè quello delle catene di fast food.** *Che genere di cibo viene servito in questi locali? In che modo viene ordinato e consumato? Qual è, insomma, il tipo di esperienza che complessivamente si vive quando si mangia in un fast food?* In questo genere di locali, il cibo servito ha solitamente **prezzi bassissimi** probabilmente perché realizzato con **ingredienti di dubbia qualità**. Per essere ordinato, diversamente da quanto accade in un ristorante, bisogna recarsi direttamente al bancone, e ciò è indice di un **servizio ridotto e piuttosto asettico**. Può essere mangiato comodamente da seduti, è vero, ma il cibo del fast food è stato pensato per essere **consumato velocemente** anche in piedi o in macchina. Insomma, **l'esperienza complessiva che si ha è sì economica, ma anche breve e soprattutto impersonale.**

*Hai capito perché ti ho fatto pensare al cibo, anche se stiamo parlando di moda? Esatto: **le espressioni che ho usato per descrivere l'esperienza al fast food possono essere utilizzate per descrivere anche il concetto di fast fashion.*** Vi è, però, un'unica, grande differenza: **normalmente, quando una persona è stata in un fast food, questa evita per un po' di tornarci**, a causa della pesantezza del cibo che solitamente vi viene servito. **Non si può dire la stessa cosa, tuttavia, di chi acquista capi di abbigliamento fast fashion.**

Il fast fashion, infatti, oltre ad avere conseguenze devastanti sull'ambiente, **influenza negativamente anche il comportamento umano**. L'offerta di prodotti a basso costo, l'alto numero di nuove collezioni proposte costantemente dai negozi e la mancanza di affezione per ciò che viene acquistato generano **un circolo vizioso nocivo per l'essere umano, spronato dalle grandi catene di negozi a comprare costantemente nuovi vestiti, anche quando non ne ha veramente bisogno, a gettarli non appena questi**

diventano in breve tempo inutilizzabili e a correre subito in negozio per sostituirli comprandone di nuovi. Il fast fashion, dunque, fa proprio leva sul bisogno dell3 clienti di stare al passo con le mode e le tendenze imposte dalle stesse aziende di moda, in **un’ottica incentrata sul profitto e a discapito dell’ambiente e della persona.**



Questo modello di business, nato negli anni Ottanta del secolo scorso, ha avuto grande successo, soprattutto a partire dagli anni Duemila, e continua tutt’oggi ad averlo. ***Ma cosa possiamo fare noi, e cosa puoi fare tu, di concreto, per non essere coinvolt3 in tutto questo? Rivolgersi al second hand è la risposta perfetta a questa domanda.***

1.2 Definizione di “second hand”

Un oggetto “second hand”, in italiano “di seconda mano”, **è un oggetto che è stato acquistato e utilizzato da qualcunə prima di noi e che, poi, ci è stato ceduto in regalo, per scambio o dietro compenso.**

Ma perché, quindi, il second hand è così importante? Perché se si utilizza qualcosa di seconda mano, e quindi di già acquistato, si dimezzano:

- 1. Le risorse impiegate per la realizzazione di quell’oggetto.** Utilizzare un oggetto usato non è la stessa cosa di comprarne uno nuovo, dal momento che non vengono sfruttate ulteriori risorse per crearlo;

2. **Gli acquisti nelle grandi catene di negozi.** Servirsi di un oggetto usato significa ridurre il sostegno economico alle grandi marche;
3. **La produzione di rifiuti.** Meno acquisti, meno rifiuti. *Semplice, no?*



Il principio del second hand può essere applicato a tantissimi oggetti come libri, mobili o dispositivi tecnologici. **Anche i capi di abbigliamento, ovviamente, possono essere di seconda mano.**

Tuttavia, questo è un tipo di mercato che fatica a emergere, anche a causa degli **stereotipi diffusi sui vestiti second hand**, spesso considerati come qualcosa di poco igienico, di vecchio o di necessario solo in situazione di difficoltà economica.

Magari li hai anche tu questi pregiudizi, persino io li avevo fino a qualche tempo fa. Anzi, tutto il mio team li aveva.

Quando, però, ci siamo informati sull'impatto ambientale del fast fashion e abbiamo visto in cosa eravamo indirettamente e inconsapevolmente coinvolti, **abbiamo deciso di cambiare**

il nostro stile di vita, di lasciar perdere i giudizi altrui e di dedicarci allo sviluppo di un'app gratuita con la quale è possibile acquistare, scambiare e persino regalare capi di abbigliamento usati.

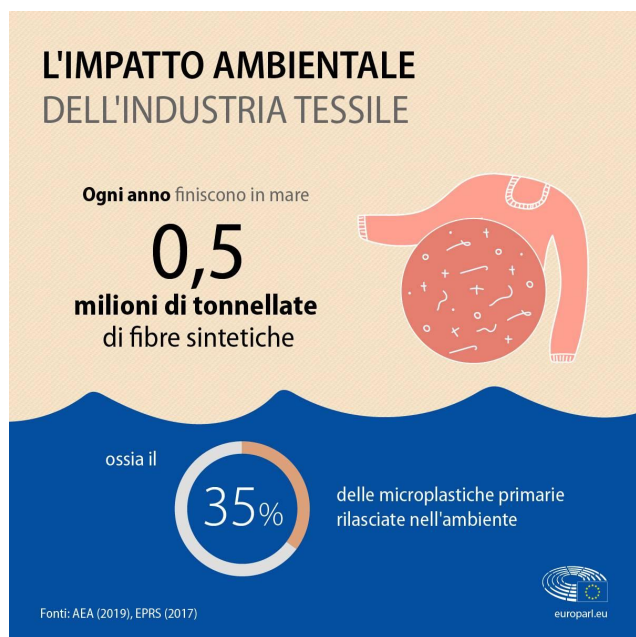
2. L'impatto dell'industria tessile sull'ambiente

Prima di passare a raccontarti più nel dettaglio **come funziona la nostra app di vestiti second hand, LookBook**, voglio illustrarti brevemente *(lo giuro, sarò davvero breve!)* **le principali conseguenze negative per l'ambiente derivanti dall'industria della moda**, conseguenze **notevolmente aumentate** negli ultimi decenni **a causa del fast fashion.**

In un articolo pubblicato nel 2020, il Parlamento Europeo ha sintetizzato i risultati di numerose ricerche e indagini sull'impatto ambientale dell'industria tessile in quattro punti:



2.1 Il consumo di acqua: l'industria tessile richiede **il consumo di moltissima acqua, oltre che di altre risorse naturali** come cotone e fibre. Secondo le indagini, si stima che **l'industria dell'abbigliamento abbia utilizzato, solo nel 2015, 79 miliardi di metri cubi di acqua**. *Un numero inimmaginabile, non credi anche tu?* Bene, per renderlo più realistico ti basti pensare che **per produrre una singola maglietta di cotone servono 2700 litri di acqua dolce**, e che **una persona normalmente beve la stessa quantità di acqua in due anni e mezzo circa**;



2.2 L'inquinamento idrico: un altro grande problema dell'industria tessile è **l'inquinamento idrico** che causa. Si stima, infatti, che **il 20% dell'inquinamento globale dell'acqua potabile derivi solo dalla produzione tessile**. Ciò accade perché **le industrie disperdono sostanze inquinanti che si creano durante i processi di produzione**, come quelli di tintura o di finitura, **nelle acque presenti in natura**. Oltre a ciò, anche **il lavaggio degli indumenti sintetici** risulta essere un problema, dal momento che **è causa della dispersione nell'ambiente del 35% di microplastiche primarie**;



2.3 Le emissioni di gas a effetto

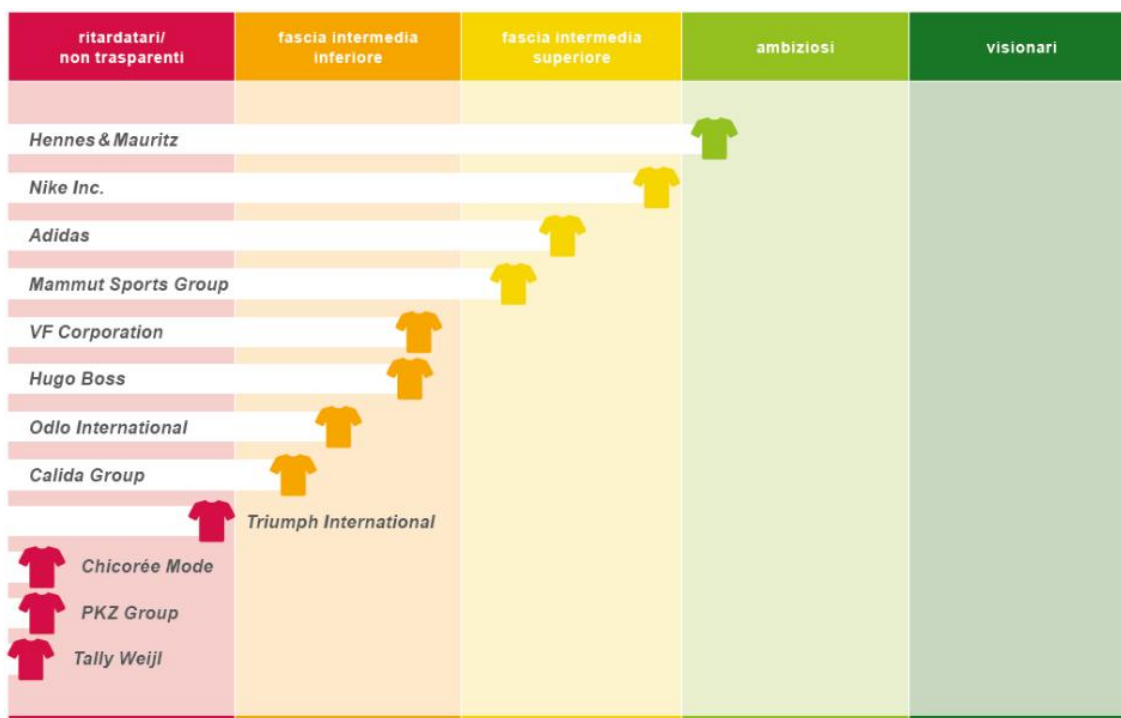
serra: secondo i dati, l'industria tessile è anche responsabile della **produzione del 10% delle emissioni globali di CO2**. Se ti sembra una percentuale piuttosto bassa, sappi che **emette più gas serra dei voli internazionali e dei trasporti marittimi messi insieme**. A rendere il tutto ancora più tragico, **Dress the change**, associazione italiana di promozione sociale che si batte per una maggiore sostenibilità nel settore della moda, **aggiunge che è previsto che queste emissioni aumenteranno del 60% nei prossimi 12 anni**;

2.4 I rifiuti tessili: come avrai già intuito, l'industria tessile è responsabile anche di **un'enorme quantità di rifiuti**. Il tutto è **ulteriormente aggravato dal modello del fast fashion**, che ha indotto l'acquirente a gettare gli indumenti dopo periodi brevissimi di utilizzo. Secondo il Parlamento Europeo, **ogni cittadino europeo consuma in media 26 kg di prodotti tessili all'anno e ne smaltisce 11**. Di questi, **l'87% viene incenerito o portato in discarica. A livello mondiale, solo l'1% viene riciclato**.

Giunta a questo punto, dopo aver letto un quadro così sconcertante, ti starai probabilmente chiedendo: ***“Ma le grandi catene di moda non prendono alcun tipo di provvedimento per ridurre gli effetti dannosi della propria produzione sull'ambiente?”***. ***La risposta è sì, e ora ti mostro il perché.***

Il WWF, organizzazione mondiale che si occupa della difesa dell'ambiente e degli animali a rischio, **ha utilizzato i dati raccolti dall'Oekom Research per analizzare l'impegno ecologico di 12 famose marche tessili**. Ne è emerso che **nessuna delle 12 aziende può essere classificabile come “visionaria”, il massimo livello raggiungibile in classifica**. Nelle due categorie intermedie, quella degli “ambiziosi” e la “fascia intermedia superiore”, figurano, in quest'ordine, H&M, Nike, Adidas e Mammut Sports Group. La VF Corporation, Hugo Boss, Odlo e Calida si situano nella “fascia intermedia inferiore” mentre le quattro marche restanti (Triumph International, Chicorée Mode, PKZ Group e

Tally Weijl) rientrano nell'ultima categoria, in quanto hanno introdotto misure ambientali limitate o non hanno rivelato alcun tipo di informazione a riguardo.



Unendo questa classifica ai dati che ti ho illustrato precedentemente, è chiaro che **l'impegno preso da un numero estremamente limitato di aziende di abbigliamento non basta**. Oltre la metà delle marche analizzate, infatti, non applica sufficienti provvedimenti utili a contrastare i cambiamenti climatici, e **anche 13 clienti**, dunque, **devono necessariamente rimboccarsi le maniche** se si vuole ridurre il devastante impatto ambientale dell'industria tessile.

3. LookBook, la nostra app per vestiti second hand

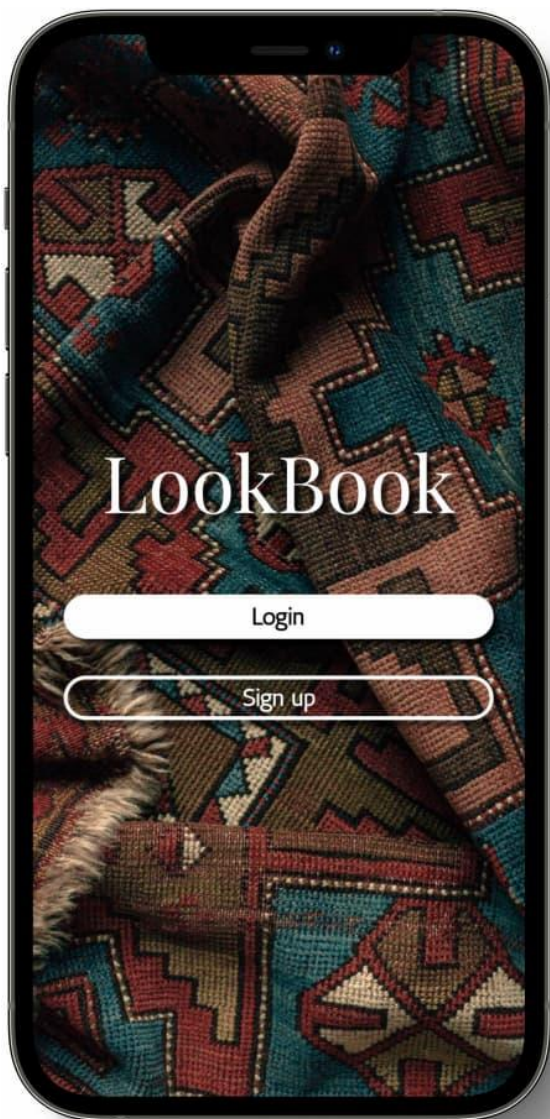
Dopo aver preso consapevolezza di quanto ti ho appena descritto, **io e il mio team ci siamo definitivamente convint3 a voler migliorare le nostre abitudini abbandonando il fast fashion e dando una possibilità ai vestiti second hand**.

Ci siamo, però, anche fermat3 e guardat3 intorno. **Dove avremmo potuto, esattamente, comprare vestiti usati?** Nella città in cui viviamo, infatti, **non è presente alcun negozio di vestiti second hand**, e il più vicino dista a venti chilometri di distanza. *Per nulla pratico, non trovi anche tu?*

Certo, avremmo potuto chiedere ad amic3 e parenti di cederci quei vestiti che non indossano più. **Ma un negozio second hand è una scelta molto più vantaggiosa essenzialmente per due ragioni:**

1. **Perché dispone di una moltitudine di capi, taglie e stili diversi tra cui scegliere;**
2. **Perché, solitamente, offre anche un servizio di scambio,** e quindi la possibilità di acquisire merci in cambio di altri articoli esposti.

Con queste idee in testa, **abbiamo deciso di creare da sol3 un metodo più semplice e veloce per ottenere o cedere vestiti usati: abbiamo creato LookBook, un'applicazione gratuita per smartphone con cui dare una seconda vita a capi che ne hanno già vissuta una ma che non hanno alcuna intenzione di essere gettati via.** Ecco, più nel dettaglio, come funziona:



- **Con LookBook potrai sia vendere che comprare vestiti usati.** Inoltre, abbiamo inserito anche l'**opzione Swap, con la quale è possibile scambiare un capo di abbigliamento con un altro** (a patto che la richiesta sia accettata da entrambi i3 utenti coinvolt3);
 - Una volta scaricata l'app e completata la procedura di registrazione, **potrai caricare sul tuo profilo personale le foto dei capi che hai intenzione di vendere o di scambiare. Se è la prima volta che utilizzi un servizio del genere e non hai idea di che prezzo associare ai tuoi vestiti non preoccuparti: l'applicazione ti suggerirà in automatico una media di prezzo per vendita** calcolata in base alle caratteristiche del vestito;
 - **Con LookBook potrai vendere anche quei capi di abbigliamento che hai comprato impulsivamente e che poi non hai mai indossato. Finalmente potranno smettere di prendere polvere dentro al tuo armadio!;**

- **Hai dei capi che vuoi regalare?** LookBook dispone anche di una lista di Onlus che raccolgono indumenti per chi ne ha più bisogno;
- **Il servizio è**, ovviamente, **attivo in tutta Italia**.

Che ne pensi? Te l'avevo detto che con LookBook saresti diventata una persona migliore in modo facile e veloce!

Devi, però, affrettarti: molti vestiti usati, infatti, **sono quasi sempre pezzi unici**, e se trovi qualcosa che ti convince devi sbrigarti ad aggiudicartelo, prima che qualcunə lo faccia prima di te.

Che cosa aspetti, allora? Scarica subito e gratuitamente la nostra app LookBook: puoi trovarla sia su [App Store](#) che su [Play Store](#)!

4. Conclusione

Eccoci arrivati alla fine dell'articolo!

Come promesso, ti ho mostrato:

- 1. Le conseguenze terribili del fast fashion sull'ambiente;**
- 2. L'importanza del rivolgersi al second hand;**
- 3. La nostra comodissima app per comprare vestiti usati senza dover neppure uscire di casa.**

Lascia, però, che ti dica un'ultima cosa. Probabilmente, pur avendo perfettamente capito l'importanza del servirsi del second hand per non sostenere l'impatto ambientale dell'industria tessile, **ti potrà capitare**, qualche volta, **di pensare che la tua azione sia davvero piccola, di poco conto e che non abbia poi un così grande impatto di fronte ai grandi numeri e alle alte percentuali che hai potuto leggere prima.**

Non farlo. Ricordati che non sei solə. Negli ultimi anni, lo avrai sicuramente notato, la sostenibilità è diventata un tema caro a un **numero sempre maggiore di persone, che ogni giorno si impegnano per prendersi cura del nostro pianeta secondo le proprie possibilità, piccole o grandi che siano.**

Ogni singolo atto di amore verso l'ambiente va a unirsi a quello di tutt3 l3 altr3. Non esistono, dunque, azioni utili o azioni inutili: esiste un unico obiettivo, che è quello di

cambiare le nostre abitudini per uno stile di vita migliore, e cioè più etico e più sostenibile.



Anche noi di LookBook vogliamo contribuire a questo cambiamento. Perché non ti unisci a noi? Ti aspettiamo sulla nostra app!

Scarica l'app LookBook!

Chiara

Condividi questo articolo su

