



start2impact
U N I V E R S I T Y

Il vestito verde

Progetto + Blog Post

i numeri nella moda

**Progetto copywriting
ux-ui designer**

Fabio De Lorenzo Tobolo

Indice dei contenuti

Prima parte

- | | | | |
|-----------|---------------------------|-----------|-------------------------|
| 01 | progetto | 10 | Headline h1 |
| 02 | Presentazione del cliente | 11 | Sottotitolo |
| 03 | argomento | 12 | Headline h2 |
| 04 | Motivazioni personali | 13 | Principi di persuasione |
| 05 | Target | 14 | Unicità |
| 06 | Buyer persona | 15 | Risorse |
| 07 | Buyer persona | | |
| 08 | Tone of voice | | |
| 09 | obbiettivi e tematiche | | |

Seconda parte

- | | |
|-----------|--|
| 16 | Blog post |
| 17 | Introduzione |
| 18 | Il prezzo è la nostra fine |
| 19 | Dove tutto è iniziato |
| 20 | L'ascesa della fast fashion |
| 21 | La spazzatura di un uomo è il tesoro di un altro |
| 22 | Green si! ma come i dollari |
| 23 | Come risolvere davvero il problema? |
| 24 | Ora é il tuo momento di cambiare il mondo |

01

progetto

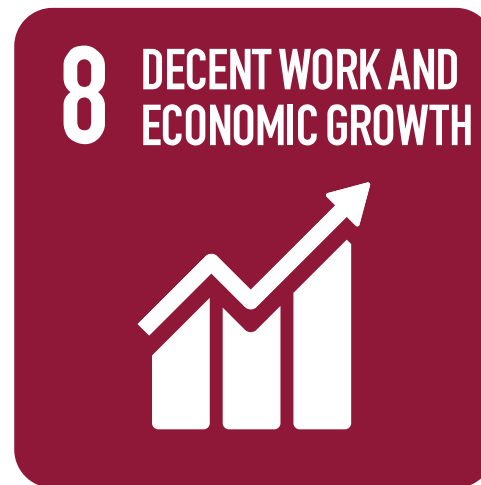
prima parte

Presentazione del cliente

Il Vestito Verde è un sito web che ha l'obiettivo di **informare e sensibilizzare** i consumatori per rendere il mondo del fashion più **etico e sostenibile**.



Argomento



L' argomento, moda sostenibile, oggi più che mai è al centro di molte iniziative Onu, la sua importanza non si limita al semplice acquisto responsabile ma vuole spostare l'attenzione su tematiche molto più impattanti come:

- crescita economica globale responsabile verso le tematiche ambientali.
- tutela dell'ambiente e dei lavoratori.
- nuovi sistemi industriali meno impattanti per il nostro pianeta.

Motivazioni personali

Anche io , come la maggior parte delle persone sono stato influenzato e attirato da pubblicità e belle vetrine nell' acquisto di indumenti che in realtà non mi servivano.

Ancor peggio ho acquistato dei capi d'abbigliamento che ritenevo interessanti per poi accorgermi che, oltre a non piacermi più di tanto, li lasciavo abbandonati in un armadio con la convinzione che un giorno mi sarebbero serviti, spoiler, sono ancora nello stesso posto!

Crescendo ho capito quanto fosse dannoso per l'ambiente e per il mio portafoglio continuare ad alimentare un settore che sfrutta oltre ogni limite **il pianeta e le persone che ci lavorano.**

Sono consapevole di non poter cambiare il mondo ma spero che questo articolo possa rendere **più consapevoli** i lettori e magari, anche se in piccola parte, **fare la differenza.**

Target

Ragazzi e Ragazze che, come me, hanno capito di essere **parte di un problema più grande** di quello che si possa credere.

Persone comprese nella **generazione z o millennials** che **vogliono fare la differenza**, senza compromettere il proprio stile personale.

Giovani che definiscono la propria identità attraverso ciò che indossano e nello stesso tempo vogliono **tutelare il proprio futuro e quello delle generazioni avvenire**.

Persone **affamate di conoscenza**, alla ricerca di **informazioni che mostrino realmente l'andamento globale** riguardo a questa tematica.

Buyer persona



Nome: Lucas

Età: 25

Sesso: Maschio

Professione: Skater professionista

Motivazione: Vista la sua grande popolarità nel mondo sportivo necessita di un look sempre all'avanguardia, vuole **vestire in modo più sostenibile** e sta cercando maggiori informazioni riguardo a questa tematica.

Buyer persona



Nome: Arianna

Età: 23

Sesso: Femmina

Professione: Fachion Blogger

Motivazione: Da quando è diventata popolare sui social, ha capito l'importanza di **trasmettere un messaggio positivo** ai suoi seguaci, è alla ricerca di informazioni riguardanti il settore in cui lavora per rendere più efficaci i suoi post informativi.

Tone of voice

Informale -provocatorio-Informativo

In questo articolo ho deciso di seguire una scrittura **colloquiale e informale**, questo tono è stato scelto per rendere più “ digeribili” le informazioni e i dati che ho presentato.

La presenza di domande aperte porta il lettore a considerare **la propria posizione riguardo a questa tematica**, l’inserimento di frasi provocatorie vuole **stimolare la coscienza** del lettore e spingerlo ad attuare dei cambiamenti.

La presenza di riflessioni e aneddoti personali risulta necessaria per trovare un punto d’incontro, potendosi immedesimare nelle mie parole e nei miei errori.

Obbiettivi e tematiche

L' obiettivo principale è quello di **informare il lettore** del proprio impatto ad ogni acquisto effettuato e il reale andamento di questo settore in forte espansione.

Oltre alla presentazione di dati, vuole spingere il lettore a porsi delle domande e **prendersi carico delle conseguenze delle proprie azioni**.

In questo articolo non si parla solo dei danni causati dalla fast-fashion ma anche dei negozi second-hand e del modo in cui questi ultimi attirino clienti facendo affermazioni che non sempre vengono rispettate.

L' inserimento di link che riportano ad altri articoli presenti sul blog “ **Il Vestito verde**”, oltre a dare maggiore visibilità agli stessi, vuole spingere il lettore ad informarsi maggiormente riguardo queste tematiche.

Headline h1

Scavando sotto le cuciture: i costi nascosti della moda sul pianeta e sul portafoglio.

Keyword fondamentali

Moda, Pianeta, Portafoglio

Seo

Per migliorare la ricerca dell' articolo ho utilizzato 14 parole, per un totale di 71 caratteri.

Scavando sotto le cuciture

Questo incipit vuole creare curiosità nel lettore, un termine come “scavare” che solitamente viene utilizzato quando si parla di materie prime viene affiancato a “cuciture” che riportano invece al mondo della moda.

questa scelta è stata fatta proprio per **enfaticizzare il connubio di questi due argomenti.**

Sottotitolo

Il vero impatto del mercato tessile e il suo valore economico

Rende più specifico il contenuto dell' articolo e definisce il suo stile di post informativo.

Emotional word

Vero

Vuole rassicurare il lettore che il contenuto di questo articolo sia **reale e oggettivo**, informando sulle cause e conseguenze senza nessuna censura aziendale.

Keyword

(argomento)

mercato tessile , valore economico



Headline h2

12



Introduzione

Il prezzo è la nostra fine

Dove tutto è iniziato

L'ascesa della fast fashion

La spazzatura di un uomo è il tesoro di un altro

Green si! ma come i dollari



Come risolvere davvero il problema?

Ora é il tuo momento di cambiare il mondo



Principi di persuasione

di Robert Cialdini

13

- Simpatia:** Ho cercato di indentificare il problema mettendomi in prima linea come responsabile creando un testo che si alterna tra dati tecnici e frasi che puntano sulla leva della simpatia.
- Riprova sociale:** Nel testo ho voluto appositamente elogiare gli acquirenti più attenti al pianeta, questo crea nel lettore un bisogno di sentirsi parte di questo gruppo.
- autorevolezza:** Per creare questo articolo ho utilizzato dati da fonti affidabili e testate giornalistiche affermate.
- reciprocità.** All' interno del testo consiglio altri articoli che secondo me potrebbero essere utili e interessanti, questo è stato fatto per spingere il lettore a fidarsi maggiormente e invitarlo ad **unirsi alla community Il Vestito Verde.**

Unicità

La presenza di **riflessioni personali e aneddoti della mia vita** rendono l'articolo più personale e impattante.

per rendere il testo più scorrevole ho deciso di affiancare a dati e citazioni di giornalisti importanti, una parte testuale coinvolgente, che rende il progetto **facile da capire e aiuta ad immedesimarsi in ciò che si legge.**

Ho scelto appositamente di “**puntare il dito**” sulle aziende prese in esame senza restare sul vago, questo mi ha permesso (oltre a rendere più chiaro il soggetto e il suo operato) di esporre **fatti reali e le conseguenze che ne derivano.**



Risorse

15

Articoli di:

<https://www.eea.europa.eu/it>

<https://www.nytimes.com/>

<https://www.ilsole24ore.com/>

<https://www.bcg.com/italy>

<https://it.wikipedia.org/wiki/FOMO>

<https://www.ilvestitoverde.com/>

Opinioni di:

Elisabeth Laville, specialista dell'impronta ambientale dell'abbigliamento.

Corinne Lassalle, assistente alle vendite di Vinted.



Blog post

Seconda parte

Fabio De Lorenzo Tobolo

Tempo di lettura: 8 minuti

Scavando sotto le cuciture: i costi nascosti della moda sul pianeta e sul portafoglio.¹⁷

Il vero impatto del mercato tessile e il suo valore economico



Introduzione

Ti sei mai chiesto **quanto costano realmente i tuoi vestiti?** ma soprattutto hai mai pensato a **quanto possano impattare sul nostro pianeta?**

Sono sicuro che anche tu, proprio come me, sei stato attirato da un bel vestito in una vetrina, un paio di scarpe indossate da qualche personaggio famoso oppure un capo indossato da qualche amico, lo hai cercato su internet per poi acquistarlo senza pensarci troppo.

Vista la mia personale esperienza potrei scommettere che **metà di questi acquisti fatti impulsivamente sono rimasti chiusi in un armadio** senza mai essere indossati , anzi, molto spesso ci dimentichiamo anche di averli acquistati.

In realtà questo semplice gesto, **apparentemente poco costoso** in termini economici, diventa **catastrofico per i suoi impatti ambientali e sociali.** se anche tu ti rispecchi in questo fenomeno, **fai parte del problema, ma puoi diventarne la soluzione!**



Il prezzo è la nostra fine

Lo so, forse è un pò troppo dire che l'acquisto di un indumento porti alla distruzione dell'ecosistema, però vorrei darti qualche dato per capire meglio la situazione.

secondo uno studio condotto nel 2020 dall'agenzia Europea per l'ambiente è stato stimato che **il settore tessile inquina circa il 20% dell'acqua potabile dell'intero pianeta**, senza contare che il lavaggio dei capi sintetici rilascia negli oceani oltre **500.000 tonnellate di microfibre**, che equivalgono al peso di circa 41.000 camion da trasporto.

Purtroppo però la lista dei costi per essere alla moda è ancora molto lunga, le aziende **puntano prima di tutto al profitto economico, senza badare alle conseguenze**, per questo motivo si calcola che **l'industria tessile sia responsabile del 10% delle emissioni di carbonio di tutto il pianeta**.

Come se non bastasse, **solo nell'Unione europea i prodotti tessili hanno generato emissioni di gas serra pari a 121 milioni di tonnellate**, questi dati sono in costante aumento vista la grandissima richiesta da parte del mercato di nuovi prodotti.

Dal 2000, dove la produzione globale di fibre tessili era di 58 milioni di tonnellate, ad oggi, **la produzione è più che raddoppiata** e la situazione non sembra migliorare, al contrario! la fast fashion sta prendendo sempre più mercato, ma perchè?



Dove tutto è iniziato

Il 31 dicembre 1989 sulle pagine del New York Times esce un articolo dal titolo **‘Two New Stores That Cruise Fashion's Fast Lane’** a firma della giornalista Anne-Marie Schiro.

In quella occasione sono stati inaugurati 2 punti vendita della catena di Zara, allora non si parlava della multinazionale che noi tutti conosciamo ma portava sul mercato dei prezzi mai visti prima.

Davanti a questi negozi si formò una fila interminabile di giovanissimi che nonostante il budget limitato volevano **vestirsi alla moda e cambiare look per qualsiasi occasione**.

Una volta capito che **i ragazzi giovani non erano interessati alla qualità del prodotto**, sfruttarono la **velocità di creazione delle collezioni** per attirare più clientela possibile.

La possibilità di vendere articoli diversi nel loro genere, per esempio: un vestito copiato da una maison accanto a dei pantaloncini da mare, **permette di raggiungere un target molto più ampio**, e quindi, di attirare persone di ogni classe sociale.



L'ascesa della fast fashion

Come hanno fatto le catene di abbigliamento ad avere uno sviluppo così massiccio in pochissimo tempo?

Vorrei prendere come esempio un colosso che è diventato tale in pochi anni, Shein, un'azienda fondata nel 2008 in Cina che ha raddoppiato il suo fatturato quasi ogni anno, nel 2023 ha registrato un introito complessivo di **45 miliardi di dollari**.

Questo aumento vertiginoso delle vendite lo potremmo riassumere in 4 punti:

- **Costi bassissimi di produzione**, i materiali plastici utilizzati per la produzione sono molto economici (**ma altrettanto inquinanti**), questo però ha un vantaggio ulteriore per il venditore, più velocemente un indumento si deteriora maggiore sarà la necessità di acquistarne di nuovi portando così nuove vendite.
- **Paghe misere per i dipendenti**, secondo <https://www.ilsole24ore.com/>, si stima che i dipendenti vengano retribuiti **meno di 4 centesimi ad indumento**, questo sfruttamento garantisce dei margini di guadagno enormi da poter investire.
- **Grandissime campagne pubblicitarie sui social e campioni gratuiti agli Influencer**, questo è il punto che ha contribuito maggiormente all'espansione. Poter inviare ad un divulgatore diversi articoli ad un costo di qualche euro, rende la pubblicità quasi gratuita e aumenta la visibilità esponenzialmente.
- **Una quantità di prodotti senza precedenti**, questi negozi propongono una vasta scelta in continuo aggiornamento (**oltre 3000 ogni giorno**) che segue i trend del momento, nuovi colori, nuovi modelli, ma sempre il solito vecchio inquinamento e spreco di materie prime.



La spazzatura di un uomo è il tesoro di un altro

Non ti preoccupare, in questo capitolo non parlerò di certo di spazzatura ma vorrei analizzare bene questa frase che fa da capostipite ad **una nuova tendenza decisamente più green, il mercato second-hand.**

Finalmente possiamo parlare di qualcosa di positivo, nell'anno 2022 dopo l'insormontabile shein ha fatto la sua apparizione un'altra applicazione che si è posizionata al secondo posto per numero di download.

Sto parlando di Vinted, un'applicazione che permette a chiunque di vendere i propri vestiti usati. Questo porta ad un grande cambiamento nel modo di acquistare e non solo, si può notare come ci sia **maggiore attenzione all'ecosistema e una maggiore consapevolezza del proprio impatto sul mondo.**

L'usato di certo non è un nuovo mercato (perdonate il gioco di parole) però ha cambiato forma; a tutti è capitato di entrare in qualche negozio dell'usato e dopo aver vagato per delle ore tra gli scaffali senza trovare nulla, siamo stati costretti ad acquistare in un negozio tradizionale.

Queste applicazioni oltre a **salvaguardare il nostro pianeta dalla piaga della fast fashion**, risolvono proprio questo problema rendono molto più facile la ricerca e l'acquisto di ciò che ci interessa, il tutto senza svuotare il nostro portafoglio.

Quindi abbiamo trovato la soluzione? basta acquistare vestiti di seconda mano per arrestare questo fenomeno così pericoloso per l'ambiente? la risposta purtroppo non è così semplice, **sicuramente è un primo passo nella giusta direzione** ma siamo ancora distanti dalla soluzione.



green sì! ma come i dollari

Non è tutto oro ciò che luccica, o meglio, non è tutto green anche se di seconda mano, molto spesso ci lasciamo incantare dalle promesse fatte da queste aziende, facendoci credere che acquistare da loro non causerà danni al nostro pianeta, ma è davvero così?

“Le persone acquistano in modo frenetico”, afferma Corinne Lassalle, assistente alle vendite di Vinted, il sito in questione offusca il reale costo dei prodotti, alimentando l’idea che si possa davvero acquistare dei capi a qualche euro.

Questo sistema porta i compratori ad acquistare di più, forti del fatto che stiano aiutando il pianeta, senza però considerare l’impatto ambientale dovuto al trasporto di queste merci.

Elisabeth Laville, specialista dell’impronta ambientale dell’abbigliamento afferma che l’operato di queste aziende sia molto simile al greenwashing di tante altre multinazionali, per saperne di più ti consiglio questo articolo presente sul nostro blog <https://www.ilvestitoverde.com/greenwashing-cosa-e-e-come-riconoscerlo/>.

Acquistando su Vinted riceverete questo messaggio “Scegliendo l’usato, fai un favore a te stesso e al pianeta”, sicuramente ha un impatto minore, (si stima che sia di 1,8 kg di anidride carbonica per ogni articolo) ma **non viene quantificato il reale impatto di queste vendite**.

Prima di considerare queste applicazioni come la nostra salvezza ci dobbiamo ricordare che anche queste aziende puntano al profitto, secondo una ricerca realizzata da Boston Consulting Group (BCG) e Vestiaire Collective, **il valore del mercato della rivendita di moda oggi è compreso tra i 100 e i 120 miliardi di dollari** con una curva esponenziale in continua crescita.

come risolvere davvero il problema?

Questa domanda ha una risposta tanto scontata quanto difficile da applicare, **basta acquistare solo ciò che è necessario.**

Tutto qui? ti starai chiedendo, ebbene sì la risposta come anticipato è banale ma ridurrebbe drasticamente la domanda di nuovi indumenti e di conseguenza le multinazionali sarebbero costrette a ridurre la produzione e quindi l'impatto ambientale.

Se è così semplice perché esiste questo problema? come abbiamo visto nei paragrafi precedenti la necessità di aumentare il fatturato porta le multinazionali a seguire costantemente i nuovi trend e coprire più rapidamente possibile le domande del mercato.

Nell'era moderna dove i social determinano cosa è di tendenza, **si cerca sempre l'innovazione per aumentare la propria visibilità** e il proprio look è uno di questi mezzi.

Per questo motivo ci saranno sempre nuovi acquirenti che il mercato andrà a soddisfare a discapito del nostro ecosistema.

Possiamo notare questo fenomeno in tantissimi casi, uno dei più eclatanti è Nike, grazie alle sue campagne pubblicitarie e alle sue collaborazioni con artisti e personaggi famosi ha reso le sue scarpe un'icona pop.

Queste calzature vengono rivendute da privati ad un valore nettamente superiore a quello originale, molto spesso questi acquisti vengono effettuati da **persone che hanno la necessità di apparire migliori di quello che sono realmente** e lo fanno attraverso l'emulazione di persone di successo.

Questo problema si sviluppa in un disturbo patologico chiamato **F.O.M.O.** (acronimo per l'espressione inglese fear of missing out" letteralmente paura di essere tagliati fuori"), portando così le persone a **seguire costantemente le nuove mode per non sentirsi esclusi dalle vite " perfette e appaganti" che conducono gli Influencer.**

Come puoi vedere il problema è ben più ampio di quello che sembra a prima vista, seguire le mode e **acquistare compulsivamente ha delle forti ripercussioni ambientali, economiche e psicologiche, ma tutto questo può, anzi, deve cambiare!**



è il tuo momento di cambiare il mondo

Spero che questo articolo ti abbia fatto capire **quanto costa realmente l'acquisto di indumenti che in realtà non ci servono, ognuno deve fare la sua parte in questo percorso lento ma necessario verso un futuro più attento al pianeta.**

A tal proposito vorrei concludere con una citazione dello scrittore e attivista Lev Tolstoj
Tutti pensano a cambiare il mondo, ma nessuno pensa a cambiare se stesso"

Sul nostro sito troverai tantissimi articoli per restare sempre aggiornato sul mondo dell' eco-fashion, **entra a far parte della nostra community e prendi parte al vero cambiamento!**

Per dei consigli pratici all'acquisto responsabile ti consiglio di leggere questo articolo che ho trovato molto interessante: <https://www.ilvestitoverde.com/da-maniaca-dello-shopping-a-consumatrice-responsabile>.



start2impact
U N I V E R S I T Y

Grazie per l'attenzione

Fabio De Lorenzo Tobolo



fabio01delo@gmail.com



3392167576