

LookBook

progetto copywriting



progetto + blog

indice



- | | |
|-----------|-------------------------|
| 01 | brief cliente |
| 02 | analisi target |
| 03 | tone of voice |
| 04 | motivazione personale |
| 05 | unicità |
| 06 | Robert Cialdini |
| 07 | headlines e sottotitoli |
| 08 | blogpost + risorse |



brief cliente

come funziona

brief cliente

come funziona



da dove nasce l'idea

I fondatori hanno spesso avuto a che fare con difficoltà nel vendere e comprare vestiti usati, il che spesso si traduceva nel lasciar perdere per frustrazione. Da qui l'idea di creare un metodo più semplice e veloce.

vision

Contribuire a dare una seconda vita ad ogni capo lasciato nell'armadio e normalizzare l'utilizzo dell'abbigliamento usato.

mission

Creare un modello di consumo sostenibile e fare divulgazione del riuso come atto d'amore verso l'ambiente.

brief cliente

come funziona



come funziona

Una volta scaricata l'app è possibile inserire le foto dei capi sul profilo personale.

Dall'applicazione verrà suggerita una media di prezzo per la vendita a seconda delle caratteristiche del vestito.

Con l'opzione Swap è possibile barattare un capo se la richiesta viene accolta da entrambi gli utenti coinvolti.

Al momento è il servizio è attivo in tutta Italia.

Per i capi da regalare è disponibile una lista di Onlus che raccolgono indumenti per i più bisognosi.



analisi target

a chi mi rivolgo

analisi target

a chi mi rivolgo

- **Target di mercato:** Giovani appassionati di moda, attenti ai **consumi** e informati sulle **tematiche ambientali**. Questo gruppo di persone comprende individui che desiderano **distinguersi**, abbracciando uno stile unico che rifletta la loro personalità e creatività.
- **Interessi del target:** Sono alla ricerca di soluzioni che soddisfino le loro esigenze di **stile**, ma senza compromettere i **valori ambientali** che considerano fondamentali.
- **Aspirazioni del target:** Essere **autentici e originali** nel modo in cui si vestono, cercando selezioni di abiti di seconda mano che sono unici e introvabili altrove.
- **Sensibilizzazione:** Educare e sensibilizzare coloro che acquistano **fast fashion** sulle problematiche ambientali legate alla moda, fornendo loro alternative sostenibili **convenienti e di qualità**.
- **Soluzione:** Gli utenti possono navigare attraverso una varietà di stili unici e selezionare gli abiti che meglio rispecchiano la loro personalità e il loro gusto. Inoltre, la funzione di **scambio** consente loro di dare nuova vita ai loro capi, promuovendo il concetto di economia circolare.
- **Obiettivo finale:** Creare una **comunità** in cui la moda sostenibile diventi una **forma di espressione personale** che rispetta il pianeta.





tone of voice

come comunicar

tone of voice

come comunico



Quando mi sono seduto per scrivere questo articolo, ho deciso di adottare un tone of voice **informale e amichevole**, come se fossi seduto a tavola con un gruppo di amici stretti. Una di quelle serate in cui uno di loro, che è un esperto in un determinato campo, inizia a condividere le sue conoscenze approfondite su un argomento che lo **appassiona**.

Nel mio blog, mi sono immedesimato in questa persona esperta che desidera spiegare agli altri lettori, gli amici al tavolo con me, argomenti complessi in modo **semplice e coinvolgente**. Ho cercato di evitare il linguaggio tecnico e ho scelto di usare parole comuni ed esempi pratici per rendere l'argomento più **accessibile**.

Ho utilizzato espressioni colloquiali e una struttura di frase **informale**, ponendomi come obiettivo quello di creare un'atmosfera rilassata e familiare, in cui i lettori si sentono a proprio agio e coinvolti nell'argomento come se fossero partecipi di una conversazione amichevole.

Con questo approccio, spero di aver reso l'articolo **accattivante e coinvolgente**, trasmettendo tutta la mia esperienza e competenza sul campo. Confido che leggendo l'articolo, i lettori si sentano come se stessero ascoltando un amico, in grado di spiegare argomenti complessi in modo **comprensibile e interessante**.



motivazione
personale
argomentazione

aree tematiche



fashion



inquinamento



unicità

Ho scelto di esplorare questi argomenti perché ritengo che siano **rilevanti e interessanti** per i miei lettori, i quali potrebbero nutrire curiosità sull'influenza della moda sull'ambiente e su come potrebbero contribuire a **ridurre l'impatto negativo** attraverso l'acquisto di abiti di seconda mano.

Ho voluto mettere in luce l'importanza di un settore che **va oltre il semplice aspetto estetico**.

Infine, ho sottolineato come la moda possa essere una forma di **espressione individuale** e un modo per comunicare la propria personalità attraverso il proprio stile.

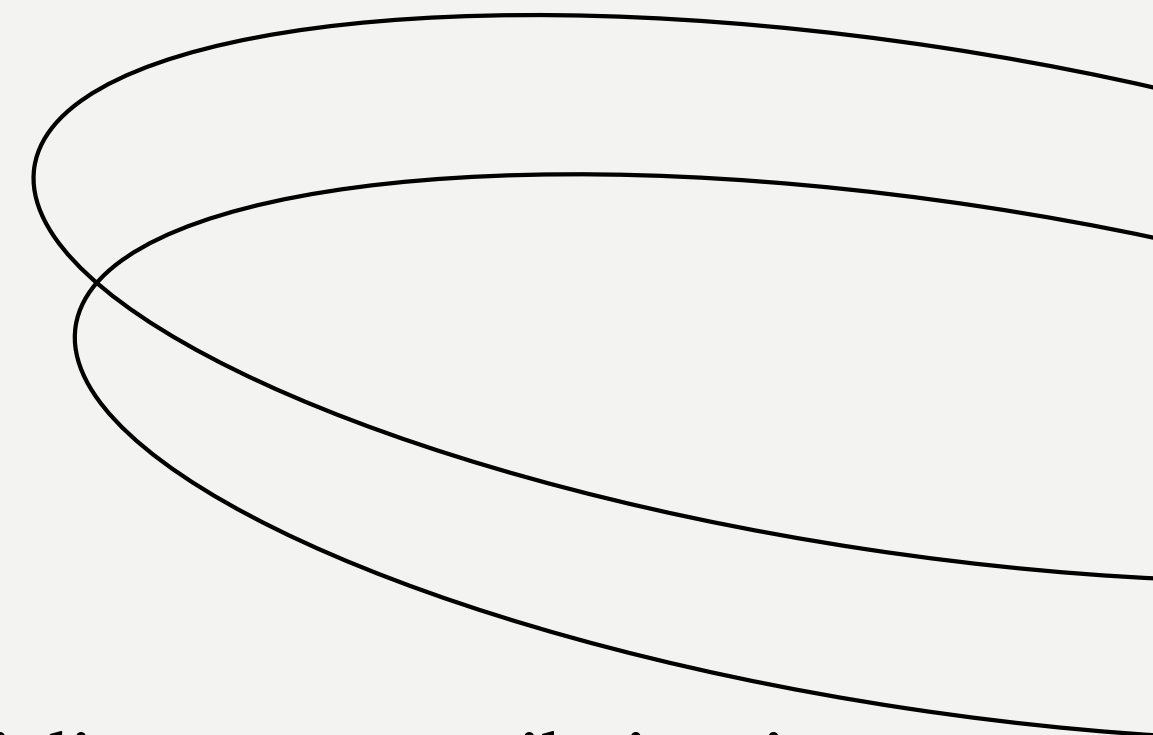


motivazione personale

Lavoro come designer nel settore moda da circa 5 anni. Spesso mi sono domandato se effettivamente tutti i prodotti lanciati sul mercato fossero veramente utili e quanti di questi sarebbero alla fine diventati macerie senza nemmeno essere stati utilizzati (**spolier: tanti!**).

Sento quotidianamente parlare di **numeri e margini di guadagno** (ovviamente essenziali al sostentamento aziendale), quasi mai però sento parlare di che tipo di **conseguenze** ha tutto questo produrre su ciò che ci circonda.

Sicuramente è un tema caldo quello legato all'**inquinamento** e allo **spreco**, tanto che molte aziende stanno correndo ai ripari creando collezioni green ad hoc e spingendo molto a livello di marketing la loro attenzione su certe tematiche.



Tuttavia, credo che il modo migliore per contribuire sia **produrre solo ciò che è necessario** e in modo un po' più consapevole e accorto.

Personalmente, ho iniziato a comprare dai mercatini vintage e dalle app di abbigliamento di seconda mano: non solo **risparmio**, ma ho anche scoperto pezzi unici con una **propria identità**, e quindi, molto spesso, diversi da tutto quello che vedo in vetrina nei negozi.

Arrivati a questo punto è importante rivedere le nostre **abitudini di acquisto e di consumo**, ricordando una vecchia citazione: “**Less is more**”.

Questo concetto è nato dalla **visione** dell'architettura di Mies van der Rohe ma trova, ora più che mai, un'applicazione **concreta** nel nostro quotidiano.

Credo che sia questa la **mentalità** che dovremmo adottare **in tutti gli ambiti** della nostra vita.



unicità
perchè è autentico

unicità

perchè è autentico



Il mio articolo si distingue dagli altri per la sua prospettiva unica e la combinazione delle **tre aree tematiche** principali: moda, inquinamento e l'unicità dei vestiti di seconda mano.

Molti articoli tendono a concentrarsi solo su uno di questi aspetti, mentre il mio cerca di affrontare il tema in modo più **aperto e trasversale**.

La mia intenzione è quella di offrire ai lettori una lettura **coinvolgente e informativa**, che li guidi attraverso **un viaggio** che spazia dalla moda come forma di espressione personale all'urgenza di adottare una mentalità sostenibile per preservare l'ambiente.

Inoltre, ho voluto porre l'accento sull'**unicità dei vestiti di seconda mano**, mostrando come possano essere una soluzione **affascinante e responsabile** per affrontare l'aspetto ecologico della moda.

Questo approccio distintivo permette ai lettori di esplorare nuove prospettive e di comprendere appieno l'interconnessione tra **moda, sostenibilità e individualità**.



Robert Cialdini

principi di persuasione

Robert Cialdini

principi di persuasione

autorità

Ho incluso interviste e citazioni da parte di esperti di **moda sostenibile**, di brand che producono capi in **modo etico** e sostenibile, di celebrità che si impegnano per la **sostenibilità ambientale**, etc.

Questo per creare un senso di **credibilità e autorità** intorno all'argomento della moda second hand e **sensibilizzare i lettori** sulla sua importanza.

simpatia

Ho raccontato di storie di successo o testimonianze di persone che hanno trovato **capi unici e di grande valore** in piattaforme di vendita di vestiti usati, o che hanno iniziato a **comprare e scambiare** abbigliamento usato per ridurre la propria impronta ambientale.

Ho comunicato con il lettore in modo informale, trattando comunque tematiche importanti, in modo da entrare in un contatto più “intimo” con lui.

Questo crea un senso di empatia e simpatia nei confronti del tema della **moda second hand**.

Robert Cialdini

principi di persuasione

riprova sociale

Ho mostrato attraverso dei **dati** che sempre più persone stanno adottando la moda secondhand come **scelta di stile e sostenibilità**.

Menzionando **celebrità, influencer o stilisti** che supportano pubblicamente la moda secondhand, aiuto il lettore a sentirsi coinvolto e a definire “**cool**” questo tipo di scelte.

Questo può aiutare a creare un **senso di riprova sociale**: è importante far sentire ai lettori che intraprendere scelte sostenibili è un **movimento in crescita** e ben visto dalla società.

reciprocità

Comprare e scambiare vestiti usati è un favore che facciamo all'ambiente e alla nostra comunità.

Infatti, **ridurre il consumo** di vestiti significa ridurre l'impatto ambientale che la moda ha sulla Terra.

Quindi, quando compriamo un capo di seconda mano, stiamo facendo un favore **all'ambiente e alla comunità** e dunque possiamo aspettarci di ricevere in cambio un mondo **migliore e più sostenibile**.



headlines e sottotitoli

struttura del blog



headline H1

struttura del blog

Scopri capi etici senza rinunciare
allo stile: LookBook... E il pianeta
ringrazia!

- Verbo all'imperativo per **rivolgermi al lettore**: “Scopri”
- Ottimizzazione secondo i parametri Google: **12 parole e 82 caratteri**
- **Leva dell'etica**: “E il pianeta ringrazia”
- **Leva della curiosità**: “Scopri capi etici”
- **Keywords**: LookBook, etici, stile

sottotitolo

struttura del blog

Spicca tra la folla con vestiti unici e sostenibili.

- Verbo all'imperativo per **rivolgermi al lettore**: “Spicca”
- **Leva dell'emozione**: “Spicca tra la folla”
- **Keywords**: sostenibili
- Utilizzo di una **power word**: unici

headline H2 H3

struttura del blog

1. Ma come funziona LookBook?

2. La moda sostenibile in breve

2.1 Cosa significa moda sostenibile?

2.2 Perché è importante la moda sostenibile

2.3 Cosa possiamo fare per adottare uno stile di vita più sostenibile nella moda?

3. Psicologia del consumo e fast fashion... è il momento di cambiare rotta

3.1 Il piacere del consumismo nella moda

3.2 Le influenze esterne

3.3 Rimanere autentici in una società veloce

4. Conclusioni



blogpost

stesura dell'articolo

Scopri capi etici senza rinunciare allo stile: LookBook... E il pianeta ringrazia!

Spicca tra la folla con vestiti unici e sostenibili.

Tempo di lettura: 7 minuti

Sei un *fashion addicted* che cerca di bilanciare il suo stile con l'impatto ambientale?

Ti interessa il mondo della *sostenibilità* e vorresti capirne di più?

Allora mi sa che sei capitato nel posto giusto!



Unsplash ©Thom Bradley

Lookbook si propone come alternativa allo *shopping tradizionale* e si impegna a normalizzare l'utilizzo dell'abbigliamento usato per dare una **seconda vita** ad ogni capo lasciato nell'armadio.

La moda *second hand* ti offre l'opportunità di abbracciare **l'individualità e la creatività nel tuo stile**, mentre ti unisci alla lotta contro l'industria della *moda veloce*.

Questo è infatti un mercato in continua crescita, tale stima emerge dal nuovo rapporto globale di ThredUp e Global Data, il quale parla chiaro: **brand e negozi di fashion resale sono aumentati del 275% in un solo anno, cioè 11 volte più velocemente della vendita al dettaglio tradizionale.**

Lascia che ti introduca al mondo emozionante dello *stile etico*.

Ogni capo di abbigliamento usato ha una **storia da raccontare** e può diventare un'opportunità per creare *il tuo stile unico a un prezzo più che ragionevole*.

Preparati per un *viaggio emozionante* che ti permetterà di **riscoprire il tuo stile, risparmiare denaro e sostenere l'ambiente!**

INDICE

1. Ma come funziona LookBook?

2. La moda sostenibile in breve

2.1 Cosa significa moda sostenibile?

2.2 Perché è importante la moda sostenibile

2.3 Cosa possiamo fare per adottare uno stile di vita più sostenibile nella moda?

3. Psicologia del consumo e fast fashion... è il momento di cambiare rotta

3.1 Il piacere del consumismo nella moda

3.2 Le influenze esterne

3.3 Rimanere autentici in una società veloce

4. Conclusioni

Ma come funziona LookBook?

LookBook ha una visione ben definita: *contribuire a dare una seconda vita ad ogni capo lasciato nell'armadio e normalizzare l'utilizzo dell'abbigliamento usato.*

L'obiettivo è quello di creare un modello di consumo sostenibile e di divulgare l'importanza del riuso come **atto d'amore verso l'ambiente**.

I fondatori di LookBook sono tre soci che provengono dal mondo del *fast fashion* e che, da un paio di anni, hanno deciso di **cambiare direzione**.

Con LookBook, vogliono **cambiare l'approccio e la visione del second hand**. Spesso, infatti, si pensa all'usato come a qualcosa di *brutto, passato di moda o necessario solo per questioni di risparmio*.

Tuttavia, il second hand non è solo questo. **LookBook vuole dare una seconda vita a capi belli, funzionali e a volte persino “nuovi”**, perché *acquistati d'impulso* e mai veramente indossati.

Una volta scaricata l'app, ti basterà *inserire le foto dei capi sul tuo profilo personale*, l'applicazione ti suggerirà una *media di prezzo* per la vendita a seconda delle caratteristiche del vestito.

Facile no? Scatta, carica e scopri a chi piace il tuo vestito!

Oltretutto, con l'opzione Swap, puoi **barattare** un capo con un altro utente e, se la richiesta viene accolta, riceverai un nuovo vestito **senza nemmeno doverlo acquistare**.

All'interno dell'applicazione troverai diverse **onlus** che non vedono l'ora di ricevere dei beni per poter aiutare i più bisognosi: **se hai un vestito che non usi più puoi fare un gesto d'amore verso qualcun altro e donarlo**. *Quello che non ha più valore per te può diventare il motivo di un sorriso per qualcun altro.*

Vogliamo offrire un modo più intelligente di fare acquisti: basta con lo spreco di denaro in capi che non dureranno più di una stagione!

Ora che ti ho spiegato meglio come funziona LookBook, *voglio raccontarti perchè è così importante sensibilizzare le persone su certe tematiche* e come, a piccoli passi, **possiamo fare grandi cose insieme**.

2. La moda sostenibile in breve

La **moda sostenibile** è diventata sempre più popolare negli ultimi anni poiché sempre più persone si rendono conto dell'*impatto negativo che l'industria della moda può avere sull'ambiente e sulla società*.

Le ricerche dimostrano che il **48% della catena di approvvigionamento della moda è legato alla deforestazione**. Si stima che la domanda di taglio degli alberi per la produzione di tessuti **raddoppierà entro il 2050**.

Mi sembra un ottimo motivo per iniziare a muoversi fin da subito!

2.1 Cosa significa moda sostenibile?

La moda sostenibile si riferisce ad un *approccio che cerca di minimizzare l'impatto ambientale e sociale dell'industria della moda*. Ciò significa che dobbiamo tenere conto di tutto **il ciclo di vita dei diversi capi di abbigliamento, dalla produzione alla distribuzione, fino alla fine della vita del prodotto stesso**.

È importante utilizzare materiali e processi produttivi che siano meno dannosi per l'ambiente e le persone.

Esistono delle vere e proprie **certificazioni** che le aziende *devono avere per potersi definire sostenibili*.

Queste includono l'utilizzo di *tessuti biologici e riciclati, l'adozione di tecniche di produzione a basso impatto ambientale e il rispetto dei diritti dei lavoratori*.

Sì, a definire la sostenibilità di un prodotto o un processo c'è anche l'attenzione alla qualità di vita del lavoratore!



Inchiesta SHEIN ©Panos Pictures/Public Eye

Per farti un esempio, un caso che ha fatto molto discutere recentemente è stato il documentario guidato dalla reporter *Iman Amrani di Channel 4*, intitolato “**Untold: Inside the Shein Machine**” che ha fatto luce sulle *preoccupanti condizioni nelle quali sono costretti a operare i dipendenti* del colosso del fast fashion **SHEIN**.

Questo mi aiuta a farti capire che, se un prodotto costa decisamente meno rispetto alla concorrenza, il prezzo, probabilmente, lo sta pagando qualcun altro.

2.2 Perché è importante la moda sostenibile?

L'industria della moda è stata spesso criticata per il suo *impatto negativo sull'ambiente e sulla società*. La produzione di tessuti e indumenti richiede l'utilizzo di **grandi quantità di acqua e di energia**, e spesso comporta **l'emissione di gas serra e altri inquinanti**.

Uno studio, condotto dal gruppo di consulenza ambientale londinese *The Eco Experts* ha individuato cinque punti che hanno portato a definire la moda come **la sesta industria più inquinante al mondo**:

- L'utilizzo di **materie prime a buon mercato**, materiali – con **coloranti tossici** – che il settore utilizza in grandi quantità per produrre i vestiti.
- Per confezionare i propri vestiti l'industria si affida a **fabbriche in Asia**, che spesso **funzionano a carbone e gas**.
- L'industria fashion utilizza **93 miliardi di metri cubi di acqua all'anno** - abbastanza per soddisfare il fabbisogno di **5 milioni di persone**.
- **Il trasporto** è un altro dei problemi, con **la spedizione degli ordini online** che contribuisce in modo massiccio alle emissioni annuali.
- **I rifiuti** costituiscono un altro grosso problema, con l'aumento del fatturato del prêt-à-porter indotto dalla fast fashion, **l'85% dei tessuti finisce in discarica ogni anno**.

Adottare un approccio sostenibile alla moda può aiutare a mitigare questi problemi.

Utilizzare **materiali e tecniche di produzione più sostenibili** può ridurre l'impatto ambientale dell'industria della moda, mentre garantire **salari dignitosi e condizioni di lavoro sicure** per i lavoratori può migliorare la *situazione sociale*.

2.3 Cosa possiamo fare per adottare uno stile di vita più sostenibile nella moda?

Quello che stiamo vivendo è solo *l'inizio di un cambio di rotta* che avrà e deve avere un impatto positivo **sulle nostre abitudini e la nostra educazione** nei confronti di queste tematiche.

É importante capire che il risultato di quello che ci circonda è frutto delle **azioni che compiamo nel nostro quotidiano come individui**.

Molti enti stanno ponendo degli obiettivi per i prossimi anni alle aziende.

La consapevolezza ambientale dei consumatori e delle aziende dell'industria della moda è aumentata rapidamente e *la tendenza verso la sostenibilità e la trasparenza è in crescita*.

L'**Unione Europea** nell'*European Climate Pact* descrive così il nostro guardaroba ideale nel 2030:

- Le alternative di *pelle ricavate da cactus, mele e ananas* saranno ampiamente disponibili e accessibili.
- *Aumenterà l'uso di tessuti naturali, sostenibili e affidabili*, che già oggi esistono, e di materie prime riciclate.
- La campionatura digitale (un modo virtuale per provare i vestiti) e *le app per noleggiare i vestiti o trovare servizi di riparazione* nelle vicinanze saranno comuni.
- **Il 60% del nostro guardaroba sarà second hand.**
- I passaporti dei prodotti, contenenti *informazioni affidabili sull'impatto ambientale e sociale di un articolo*, saranno forniti con ogni nuovo capo.

In ogni caso, se entro il 2030 potremmo essere sulla buona strada per migliorare la nostra situazione, già da oggi *possiamo fare qualcosa come consumatori per avere un rapporto più sostenibile con la moda*.

Sempre secondo l'UE, ecco cosa possiamo fare:

- **Acquistare meno** in generale e investire in articoli di **qualità superiore**. Prendere tempo per valutare gli acquisti ed evitare *gli acquisti d'impulso*.
- **Fare acquisti di seconda mano utilizzando le app** o consultando i negozi di vintage e di beneficenza locali.
- **Controllare le etichette dei vestiti** prima di acquistarli e cercare *fibre naturali, organiche o riciclate*. Evitare i materiali sintetici come il *poliestere, il nylon e l'acrilico*.
- **Organizzare uno scambio di vestiti con gli amici e scambiare i capi indesiderati invece di buttarli via.**
- Trovare sarti e calzolai locali a cui affidarsi per aggiustare e riparare i vostri vestiti e le vostre scarpe.

Insomma, anche l'**Unione Europea** ha dato indicazioni chiare e sembra **voler allontanare le persone da un concetto di frenesia da acquisto**, provando a *sensibilizzarle su tematiche* che, volenti o nolenti, ci toccano nel quotidiano.

Ma come siamo arrivati al punto di dover fare un passo indietro e ripensare al modo in cui acquistiamo?

3. Psicologia del consumo e fast fashion... è il momento di cambiare rotta

Come abbiamo visto la moda è un'industria enorme e dalle mille sfaccettature, *e molte persone trovano piacere nel consumare vestiti, accessori e altri prodotti di moda*.

La psicologia della moda comprende il modo in cui **percepiamo o giudichiamo gli altri, la nostra identità o personalità, i motivi per cui acquistiamo un capo rispetto ad un altro**.

“... Inconsciamente, indossano abiti che li aiutano a destreggiarsi in situazioni diverse, che li aiutano a incarnare determinati mestieri, che li aiutano a sentirsi più sicuri, più felici o anche più a loro agio. Molto spesso, questo tipo di decisione e di motivazione opera al di sotto dei livelli di coscienza” -Shakaila Forbes-Bell, CEO Fashion Is Psychology

Spesso associamo ad una determinata circostanza un certo tipo di capi che ci farebbero sentire a nostro agio o che pensiamo ci **valorizzerebbero** in quel determinato contesto sociale.

Come ad esempio l'abito per un matrimonio, un colloquio o un'uscita con gli amici il sabato sera.

Tuttavia, la psicologia del consumo nella moda può essere complessa e **può portare a comportamenti problematici come lo shopping compulsivo e l'acquisto di oggetti che non sono davvero necessari**.

3.1 Il piacere del consumismo nella moda

Il consumismo nella moda può portare a sensazioni di *piacere e soddisfazione*.

L'acquisto di un nuovo vestito o di un paio di scarpe ci gratifica: può **farci sentire al passo con le ultime tendenze della moda e può aumentare la nostra autostima**. Inoltre, molti di noi trovano piacere nel cercare nuovi oggetti di moda e nel creare nuovi look per sé stessi.

Il modo in cui ci vestiamo può riflettere quello che è il nostro umore della giornata o in quel determinato periodo, viceversa il modo in cui ci vestiamo può incidere sul nostro umore. In un certo senso definisce come vogliamo che gli altri ci vedano e come ci sentiamo in una determinata giornata.

La moda e l'abbigliamento sono **mezzi di espressione personale e possono riflettere la nostra personalità, il nostro umore e il nostro stile di vita**. Indossare abiti che ci fanno sentire a nostro agio può avere un *impatto positivo sul nostro benessere generale e sulla nostra fiducia in noi stessi*.

Ma non è tutto oro ciò che luccica.

L'acquisto eccessivo di vestiti e accessori *può diventare un problema, oltre che per l'ambiente anche per il nostro equilibrio*.

Soprattutto perchè non sempre gli stimoli che riceviamo sono di facile interpretazione.

3.2 Le influenze esterne

La psicologia del consumo nella moda **è anche influenzata dalle pressioni esterne**. La pubblicità, i social media e i gruppi di appartenenza possono influenzare **i nostri desideri e le nostre scelte di acquisto**.

Ad esempio, se vediamo molte persone indossare un certo tipo di scarpe o giacca, *possiamo sentire la pressione di imitarle per essere accettati o per sentirci parte del gruppo*.

Lo shopping è una forma di intrattenimento gratificante per molte persone, e **la velocità e il basso costo con cui vengono prodotti nuovi stili non fanno che aumentare l'intrattenimento apparentemente infinito dell'acquisto di fast fashion**.

I consumatori possono vedere un capo d'abbigliamento **indossato sulle passerelle o sul tappeto rosso e poterlo acquistare online alla velocità della luce**.

“Oggi, comprare un vestito è come comprare un BigMac; economico, veloce e, a giudicare dalla scarsa qualità vista nei vestiti fast fashion, non molto salutare.”

Christina Dean, CEO Redress

I social media sono stati un enorme **catalizzatore nella proliferazione del fast fashion**. Molti marchi utilizzano i social media per commercializzare i loro prodotti.

Con migliaia di annunci online, i marchi raggiungono i consumatori a qualsiasi ora del giorno e della notte e ovunque si trovino. *L'esposizione al marketing del fast fashion è inevitabile.*

Ma è realmente così cool indossare capi palesemente copiati?

Compreresti mai un vestito che dopo pochi utilizzi diventerà **paragonabile ad uno straccio**?

Pensa se potessi avere dei capi unici e davvero curati a pochi soldi, con la enorme differenza che non diventeranno dei rifiuti dopo appena due lavaggi.

Soprattutto dei vestiti che non riflettono la tua *personalità*, ma sono pensati per essere indossati da un *vastissimo numero di persone che vestiranno tutte uguali...CHE NOIA!*

3.3 Rimanere autentici in una società veloce



The power of WE: re-defining the fashion industry. | Matteo Ward ©TEDxVicenza

“Il futuro è fatto di consapevolezza, è fatto di partecipazione, sia da parte di chi produce che da parte di chi consuma. Quando noi indossiamo dei vestiti non indossiamo solo degli oggetti, indossiamo la storia delle persone che li hanno fatti e la storia della natura che li ha portati sul mercato. Possiamo continuare a scegliere di vestirci in modo irresponsabile, oppure possiamo scegliere di vestirci con qualcosa che ci rappresenti nello spirito.” - Matteo Ward, TEDxVicenza

Credo che il modo migliore per rimanere se stessi sia prima di tutto capire davvero quali siano i nostri valori, abbiamo la fortuna di avere a disposizione un sacco di fonti e infiniti modi per informarci sulle tematiche che ci stanno davvero a cuore.

È normale farsi influenzare da ciò che ci circonda ma è altrettanto importante **capire quello che ci coinvolge e ci emoziona, quello che davvero ci rappresenta.**

Abbiamo capito durante *questo piccolo viaggio insieme* che esistono delle alternative all'acquisto facile e impulsivo, **abbracciare il cambiamento e una maggiore consapevolezza ci può davvero aiutare a dare un valore a ciò che indossiamo ogni giorno e a fare la differenza.**

E soprattutto a fare in modo, tutti insieme, che **questo non sia solo la moda del momento ma che diventi un vero e proprio stile di vita a lungo termine.**

Ce ne guadagniamo tutti... *noi, il nostro portafogli ma soprattutto ciò che ci circonda ogni giorno.*

4. Conclusioni

Con **LookBook**, non dovrai più preoccuparti di essere in ritardo per le ultime tendenze, ma **potrai usare la tua creatività e il tuo stile per creare look come nessun altro!**

Inoltre, **la moda sostenibile è una dichiarazione di valori.** Quando scegli di supportare marchi e iniziative sostenibili, *contribuisci a promuovere un cambiamento positivo nell'industria della moda.*

E se questo ancora non ti basta devi sapere che anche star del calibro di **Bella Hadid e Dua Lipa** sfilano sui red carpet con capi vintage.



Bella Hadid in vestito vintage Versace al Festival di Cannes ©Pambianconews

È un percorso che richiede tempo e buona volontà, ma come ogni nuovo inizio è importante *muovere dei piccoli passi fin da subito...* al seguente link ti lascio **12 consigli** per applicare uno stile di vita più sostenibile nel tuo quotidiano, **ti accorgerai che ci vuole davvero poco!**

Il nostro viaggio sta giungendo al termine ma ci tenevo davvero a ringraziarti per il **tempo che hai dedicato ad un tema che per noi di LookBook è davvero molto importante.**

Ricorda...Ogni volta che acquisti un capo di **abbigliamento sostenibile**, stai votando per *un futuro più equo, rispettoso dell'ambiente e socialmente responsabile.*

Creiamo questo futuro insieme, un capo alla volta!

Scarica LookBook

Risorse

1. **Resale Report 2023 | THREDUP** - <https://www.thredup.com/resale/>
2. **How is Deforestation Caused by the Fashion Industry? | Let Clothes Live Long**
<https://letclotheslivelong.org/2022/04/18/how-is-deforestation-caused-by-the-fashion-industry/#:~:text=Research%20shows%20that%2048%25%20of,clear%20cutting%20of%20vital%20forests>
3. **Textile certifications | Vesti la natura**
<https://www.vestilanatura.it/en/textile-certifications/>
4. **Inside the Shein Machine: UNTOLD | Channel 4**
<https://www.channel4.com/programmes/inside-the-shein-machine-untold>
5. **What is the Carbon Footprint of Fast Fashion? | The Eco Experts**
<https://www.theecoexperts.co.uk/blog/carbon-footprint-of-fast-fashion>
6. **Our wardrobe in 2030: rented, recycled and regenerative | European Union**
https://climate-pact.europa.eu/news/our-wardrobe-2030-rented-recycled-and-regenerative-2022-08-18_en
7. **How This Founder Uses Fashion Psychology To Understand Consumer Behaviors | Forbes**
<https://www.forbes.com/sites/cherylrobinson/2021/05/20/how-this-founder-uses-fashion-psychology-to-understand-consumer-behaviors/?sh=5d2b04c51a3e>
8. **10 Things to Know About the Psychology of Fashion | Online Psychology Degree Guide**
<https://www.onlinepsychologydegree.info/psychology-of-fashion/>
9. **I bought only second hand clothes for a year | The West Australia**
<https://thewest.com.au/opinion/i-bought-only-second-hand-clothes-for-a-year-ng-b88702149z>
10. **DRIVEN TO SHOP: THE PSYCHOLOGY OF FAST FASHION | earthday.org**
<https://www.earthday.org/driven-to-shop-the-psychology-of-fast-fashion/>
11. **The power of WE: re-defining the fashion industry. | Matteo Ward | TEDxVicenza**
<https://www.youtube.com/watch?v=VgVurfGNn48>
12. **Il vintage spopola sui red carpet. Gli archivi rubano la scena ai custom dress | Pambianco News**
<https://www.pambianconews.com/2022/06/07/il-vintage-spopola-sui-red-carpet-gli-archivi-rubano-la-scena-ai-custom-dress-347839/>
13. **12 WAYS TO LIVE MORE SUSTAINABLY | Center For Biological Diversity**
https://www.biologicaldiversity.org/programs/population_and_sustainability/sustainability/live_more_sustainably.html

Grazie
Cazzin Samuele

