

MOTIVAZIONE

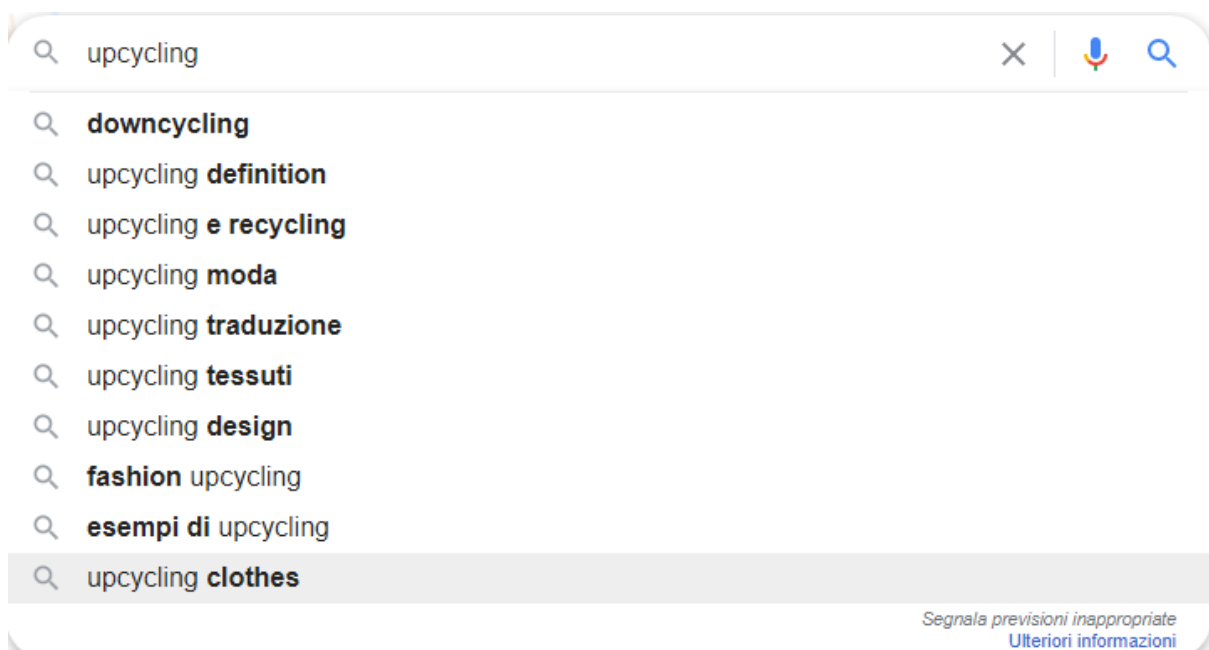
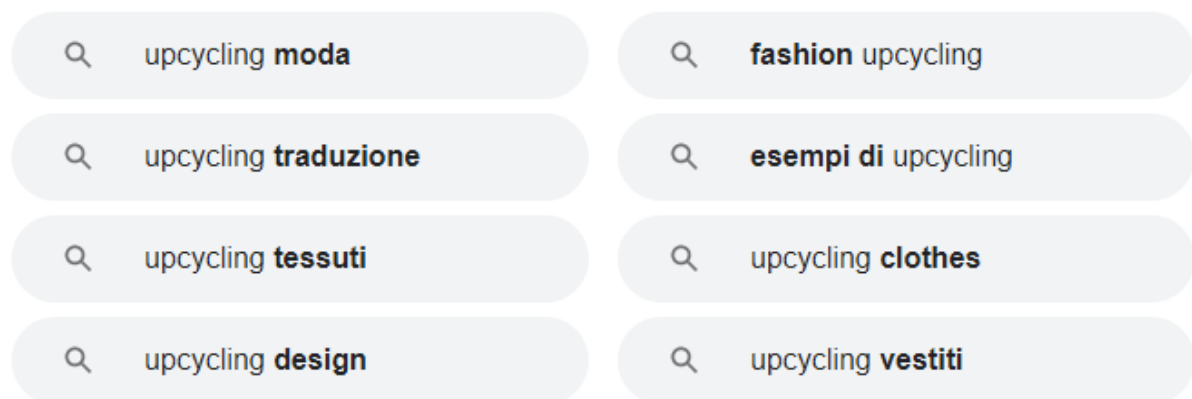
Per questo lavoro ho preso in esame uno degli obiettivi ONU: **Consumo Responsabile**, tema a me molto caro da sempre, ma forse negli ultimi tempi, complice la pandemia, questa mia sensibilità si è acuita.

L'argomento selezionato è l'**upcycling**, con un focus nel settore della moda, perché ritengo sia un fenomeno ancora troppo poco conosciuto.

Ho ipotizzato che l'articolo potesse essere pubblicato sul blog di Start2impact per cui il target di lettori sono studenti e giovani lavoratori omogeneamente distribuiti sul territorio nazionale.

La prima parte dell'articolo è stata sviluppata in base alle search intent più comuni sull'argomento, in modo da spiegare la tematica a chi la conosce poco o non la conosce affatto. Per capire quali siano queste query ho controllato le ricerche correlate di Google e utilizzato "Answer the public" come evidenziato nelle immagini sottostanti.

Ricerche correlate



how

Image

Hide

how upcycling helps the environment

upcycling how to spell

how does upcycling help the environment

how is upcycling good for the environment

how is upcycling different from recycling

how does upcycling clothes help the environment

how does upcycling work

how to upcycling furniture

what

Image

Hide

what upcycling is

upcycling meaning

what upcycling lab

upcycling what does it mean

what is upcycling clothes

what is upcycling fashion

what is upcycling furniture

what is upcycling and recycling

I risultati hanno evidenziato quattro tematiche principali alle quali ho cercato di rispondere con altrettanti paragrafi che Google potrebbe utilizzare come snippet:

- Significato upcycling

- Traduzione upcycling
- Benefici sull'ambiente
- Differenza con riciclo

Nella seconda parte invece ho voluto mostrare come questa pratica trovi sbocco nel mondo del fashion, considerando che anch'essa è una delle query più gettonate.

Ho quindi elencato cinque esempi di aziende del settore che stanno intraprendendo questo percorso virtuoso evidenziandone i diversi approcci.

KEYWORDS

Di seguito l'elenco delle keywords maggiormente utilizzate nei titoli, sottotitoli e paragrafi dell'articolo divise per categoria:





- **Keyword primaria:** "upcycling"
- **Keyword secondaria:** "upcycling e recycling" - "differenza upcycling recycling" - "upcycling significato" - "upcycling traduzione" - "upcycling moda" - "upcycling fashion"
- **Keyword correlate:** "riciclo creativo" - "economia circolare"

Consultando il sito Ubersuggest ho potuto verificare che la keyword primaria ha una concorrenza stimata nella ricerca organica medio bassa, mentre la concorrenza nella ricerca a pagamento è molto bassa. Il costo per click di 0,23€ inoltre non risulta proibitivo.

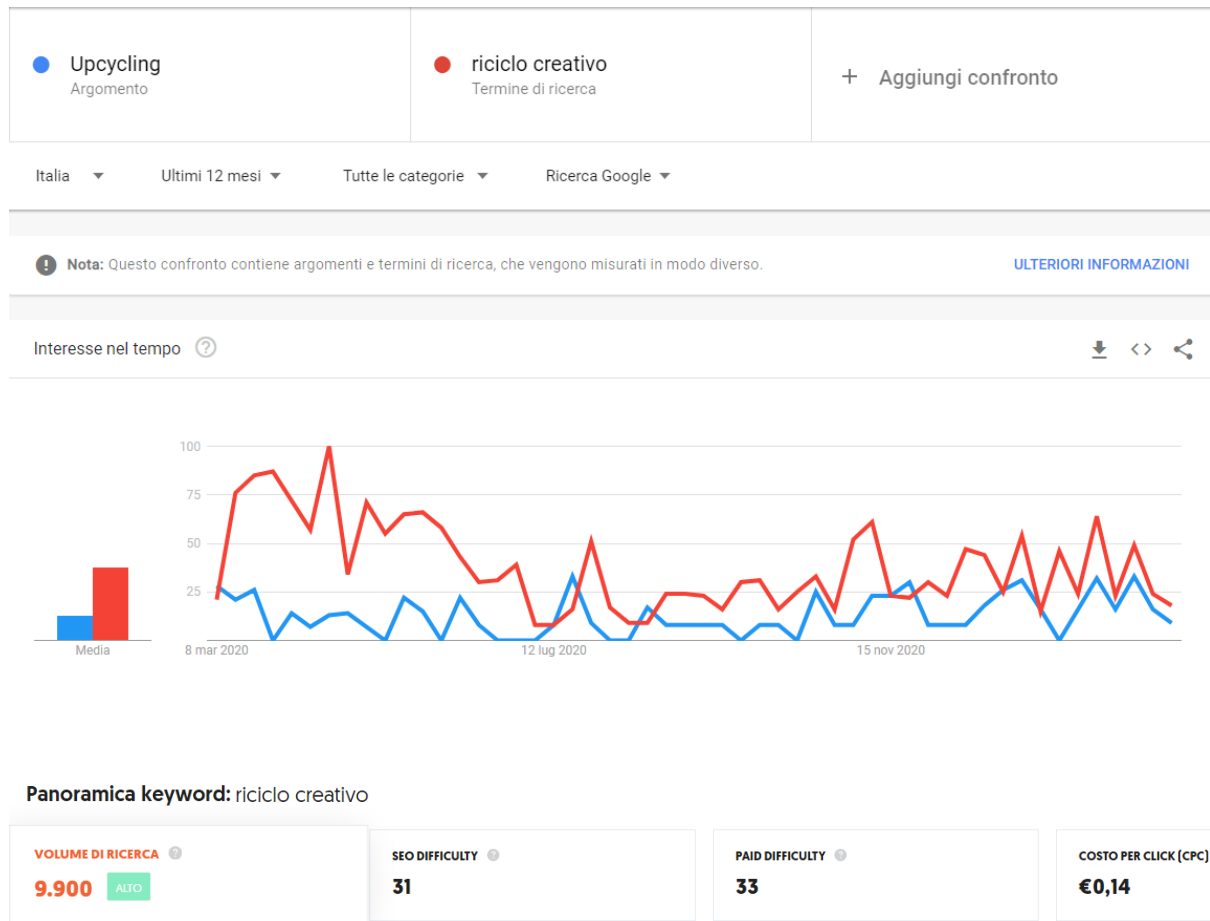
A seguire anche le keyword secondarie si sono dimostrate essere accessibili. Alcune addirittura con CPC uguali a 0€. L'unica con più concorrenza è risultata essere "upcycling fashion" con un CPC di 0,30€, una Paid Difficulty di 54 e una SEO Difficulty di 35.

Panoramica keyword: upcycling

VOLUME DI RICERCA	SEO DIFFICULTY	PAID DIFFICULTY	COSTO PER CLICK (CPC)
3.600 MEDIO	34	5 FACILE	€0,23

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC
upcycling		3.600	€0,23
upcycling traduzione		170	€0
upcycling moda		170	€0,09
upcycling fashion		140	€0,30
upcycling idee		110	€0
upcycling significato		110	€0
upcycling design		90	€0

Tramite Google Trends ho scoperto che in Italia il termine “upcycling” viene ancora poco utilizzato in confronto a “riciclo creativo”. Un’ulteriore conferma l’ho ricevuta da Ubersuggest che mi mostra come il volume di ricerca di quest’ultimo termine sia superiore. Di conseguenza ho sfruttato quest’ultima keyword più di quanto inizialmente previsto pur mantenendo il focus su “upcycling”.



Per finire i link esterni presenti nel testo riportano a pagine web autorevoli o siti di buona qualità. Ho anche inserito un link interno a un altro articolo del blog start2impact che tratta il tema della sostenibilità.

TITLE

Upcycling, come funziona il nuovo trend nel mondo della moda

META DESCRIPTION

A tutti i capi d'abbigliamento può essere data una seconda chance con l'upcycling. Il riciclo creativo che fa bene all'ambiente.

[H1] Upcycling, come funziona il nuovo trend nel mondo della moda

Andrea Mattiello

09 Mar 2021



8 min

Vi sembra uno spreco buttare un pantalone passato di moda? Non sapete più che farvene del maglione bucato? Sappiate che a tutti i capi d'abbigliamento può essere data una seconda chance con l'upcycling. Il riciclo creativo che fa bene all'ambiente e sta cambiando il mondo della moda.



coppia-creata-con-vestiti.jpg

Alt text: Riuso vestiti che simulano una coppia fare shopping

[H2] La sostenibilità come soluzione per le imprese

Quello che era partito come un *trend*, ha subito una **brusca accelerata con la pandemia**.

I temi riguardanti la **sostenibilità** si fanno sempre più pressanti. I consumatori pretendono *etica e trasparenza* dalle aziende dalle quali acquistano. Le *risorse economiche* cominciano a scarseggiare.

È in questo scenario che l'upcycling si sta imponendo come *fenomeno trasversale*. Innumerevoli iniziative sono nate a supporto di quello che viene definito un **riciclo creativo** e tanti sono gli imprenditori che stanno contribuendo al consolidamento dell'**economia circolare**.

È così che la ruota di una bicicletta diventa un lampadario, un pallet viene convertito in un mobile, una scala fa da scaffale e uno pneumatico viene trasformato in una cintura.

L'upcycling fornisce soluzioni e idee non solo alle persone comuni ma anche alle **imprese coinvolte in diversi settori**, dalla moda all'architettura passando per l'arredo, che stanno facendo di questa pratica una vera e propria *strategia imprenditoriale e di marketing*.

Ma andiamo per ordine.

[H3] Cos'è l'upcycling

L'upcycling rappresenta un **processo creativo** attraverso il quale vecchi oggetti e materiali subiscono modifiche per essere riadattati e riproposti come "nuovi".

Gli oggetti riutilizzati tornano in gioco con un nuovo aspetto, una nuova funzionalità e con un nuovo valore e, di conseguenza, la loro vita viene allungata.

Ecco il motivo per il quale viene chiamato **UPcycle**.

[H3] Esiste una traduzione per il termine Upcycling in Italiano?

Non esiste una vera e propria traduzione in italiano per il termine inglese. Benché vengano utilizzati termini come riciclo creativo, riutilizzo o riuso nessuno di questi riesce veramente a trasmetterne il valore.

Il prefisso inglese **-up** fa tutta la differenza del mondo, perché chiarisce che non si tratta di riciclo e basta, ma della valorizzazione di un prodotto che torna nuovamente in gioco.

[H2] Perché l'upcycling è così importante per l'ambiente



abiti-in-braccio.jpg

Alt text: Persona con pila di abiti da riciclare

Se guardiamo al riciclo creativo da una prospettiva di larga scala, possiamo dire che abbia un notevole impatto nella **riduzione delle emissioni di CO₂**. Non solo perché il ciclo di vita dei materiali utilizzati si estende, ma anche perché viene utilizzata minore energia per l'estrazione, la trasformazione e la produzione di nuovi prodotti, con conseguente diminuzione di smog, acqua contaminata e gas serra.

Inoltre i materiali riutilizzati vengono rimossi dal ciclo di smaltimento rifiuti, andando a **diminuire il volume di materiali di scarto e immondizia** destinati alle discariche e riducendo quindi le necessità di produzione di nuovi oggetti.

Ridurre i rifiuti diventa molto importante visto che come segnalato nel [report](#) dell'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA), ogni cittadino Italiano ha prodotto nel 2019 mediamente 500kg di rifiuti. In totale sono circa **30 milioni di tonnellate** su tutto il territorio nazionale. Nonostante i numeri siano in lieve calo rispetto al 2018 dello 0,3%, siamo ancora ben *lontani dai target Europei*.

[H2] Upcycling vs. Recycling



[Upcycling]



[Recycling]

differenza-upcycling-recycling.jpg

Alt Text: Simboli upcycling e recycling a confronto

Probabilmente la prima domanda che vi siete posti leggendo le prime righe di questo articolo, o anche solo la prima volta che avete sentito parlare di upcycling, è: “Ma che differenza c’è con il riciclo?”.

Ebbene nel **riciclo** gli scarti e rifiuti, prima di essere convertiti in materiale riutilizzabile, vengono alterati o adattati, mediante un processo di lavorazione, per un nuovo impiego cambiandone la forma o natura.

Al contrario con l’upcycling gli scarti vengono riutilizzati senza essere distrutti o rilavorati in modo da creare qualcosa di nuovo con un rinnovato valore.

Nonostante entrambe le pratiche siano da considerarsi virtuose perché costituiscono un’alternativa al convenzionale smaltimento di rifiuti, abbassando le emissioni nocive e diminuendo l’immondizia nelle discariche, ci sono delle differenze sostanziali che portano a dei vantaggi superiori per l’upcycling. Vediamole:

- **Risparmio energetico.** L’upcycling è un processo che richiede un dispendio di energia minore paragonato al riciclo, in quanto quest’ultimo decompone i materiali per poi creare qualcosa di nuovo.
- **Assenza di prodotti chimici.** L’upcycling, a differenza del riciclo, non prevede l’utilizzo di sostanze chimiche e coloranti all’interno del suo processo.
- **Riduzione costi.** L’upcycling non prevede dei costi di trasformazione che sono invece presenti nel riciclo.
- **Qualità superiore.** Dopo l’upcycling i beni acquisiscono un valore superiore. Al contrario nel riciclo, in molti casi, i nuovi oggetti prodotti risultano essere di qualità inferiore (downcycling), questo perché, essendo ripetutamente lavorati, i loro materiali si decompongono ogni qual volta affrontano il processo.

- **Cambiamento culturale.** L'upcycling promuove il riutilizzo degli oggetti piuttosto che l'usa e getta.

[H2] Upcycling nel settore della moda



banco-sarto.jpg

Alt text: Banco da lavoro per riciclare vestiti

Passiamo ora agli effetti che il riciclo creativo sta ottenendo nella sfera della fashion industry.

Bisogna tenere conto che il processo di produzione dell'industria tessile è complesso e ha bisogno di un'enorme **quantità di energia, acqua, agenti chimici e altre risorse**.

Ciò rende questo settore il più inquinante dopo quello Oil&Gas, poiché ad esso vanno attribuiti il **20% dello spreco globale di acqua e il 10% delle emissioni di anidride carbonica**. A questi numeri va aggiunto che l'85% dei vestiti prodotti finisce in discarica e solo l'1% viene riciclato.

All'interno di questo 1% si sta facendo spazio l'upcycling che **nasce come fenomeno di nicchia**, diventando una buona soluzione per i piccoli artigiani che possono dare libero sfogo alla loro *creatività* risparmiando nell'acquisto di tessuti, per poi estendersi alle grandi case di moda che l'hanno adottato come una vera e propria **strategia economica in alcuni casi e una scelta etica in altri**.

Questo anche perché, come riportato in un [report di McKinsey](#), il valore delle scorte in eccesso delle collezioni primavera/estate 2020 è stimato tra i **140 e i 160 miliardi di euro nel mondo**. Più del doppio dei livelli normali per il settore. La gestione di questo stock risulta dunque fondamentale per la sopravvivenza di molte aziende che hanno la necessità di garantire liquidità e di fare spazio per le nuove collezioni.

Vediamo insieme alcuni dei brand che maggiormente stanno seguendo questo trend e quali sono stati i loro differenti approcci.

[H3] Worn Wear di Patagonia



worn-wear-logo.jpg

Alt text: Logo programma Worn Wear di Patagonia

Il primo della lista non poteva che essere un pioniere come Patagonia, un'azienda che nel tempo si è sempre dimostrata molto sensibile alle tematiche ambientali.

Il loro slogan *"Buy Less, Demand More"* invita i consumatori a comprare meno e a farlo con maggiore consapevolezza perché il cambiamento dell'industria tessile può avvenire solo dal basso.

L'innovativo programma [Worn Wear](#) è l'ennesima prova del loro impegno.

I vestiti brandizzati Patagonia danneggiati o non più adatti per essere indossati possono essere restituiti, **in cambio di un credito** da consumare presso i loro punti vendita. Questi vengono disassemblati e i tessuti sono riutilizzati per la creazione di altri capi di abbigliamento e accessori per poi essere nuovamente venduti dall'azienda stessa.

[H3] Upcycled by Miu Miu



sarta-miumiu.jpg

Alt text: Sarta di Miu Miu a lavoro

Il secondo caso differisce parecchio dal primo considerando che la maison Miu Miu utilizza una strategia totalmente diversa.

L'azienda infatti, seguendo il proprio stile, ha creato una **collezione** di **80 abiti, unici e numerati**, tramite capi vintage risalenti al periodo tra gli anni Trenta e gli anni Ottanta. Questa peculiarità dona alla collezione un *allure* di unicità e prestigio caratterizzata da veri e propri cimeli rinnovati.

[H3] Diesel Upcycling For



modelli-diesel-upcycling.jpg

Alt text: Modelli Diesel in posa con abiti riciclati

Anche Diesel ha voluto intraprendere la strada dell'economia circolare e nel 2020 ha lanciato, alla Milano Fashion Week, la loro prima collezione di **capi di abbigliamento riciclati**.

Sfruttando la loro spin off 55DSL la casa di moda ha prodotto 5.055 capi in un **patchwork di materiali**, provenienti da scarti e rimanenze di magazzino, che mette in risalto il concetto di riutilizzo e la provenienza dei diversi componenti.

[H3] Fanfare concept



fanfare-jeans.jpg

Alt text: Logo e jeans Fanfare

Fanfare è un marchio di abbigliamento inglese che ha fatto della sostenibilità il suo cavallo di battaglia. Da sempre controcorrente e in contrasto con il fast-fashion, il brand è solito lanciare una sola collezione all'anno.

Oltre a ciò, **Fanfare** promuove il riciclo creativo, dapprima incoraggiando i clienti a contattarli per ottenere indicazioni su come riparare i capi rovinati e, successivamente, invitandoli a **spedire i vestiti che vogliono riparare e personalizzare** anche se non brandizzati con la loro etichetta.

[H3] RubyMoon Activewear and Swimwear



strategia-rubymoon.jpg

Alt text: Caratteristiche strategia RubyMoon

RubyMoon si autodefinisce l'unica azienda no profit che vende abbigliamento sportivo e costumi da bagno.

Il materiale per i loro prodotti proviene da **reti da pesca e bottiglie di plastica presi dall'oceano** e il 100% dei loro profitti viene donato a donne che vogliono intraprendere un percorso imprenditoriale.

Sostengono inoltre che i loro capi producano il 42% in meno di emissioni rispetto ai marchi tradizionali dello stesso settore.

Per finire promuovono il riciclo creativo proponendo ai loro clienti di restituire i capi rovinati per ottenere uno sconto sul loro prossimo acquisto.

[H2] In conclusione come possiamo spingere più aziende verso un'economia circolare?

Queste sono solo alcune delle tante aziende che hanno deciso di intraprendere la strada del riciclo creativo. Alcune fanno di questa pratica il loro main focus, altre invece si stanno affacciando ora in questo universo sperimentando e imparando.

Nonostante tutto però la stragrande maggioranza dei brand è ancora lontano da questi concetti.

Il fenomeno degli ultimi decenni del **Fast Fashion**, dove tutto va prodotto in fretta e al minor costo possibile per cavalcare l'onda della moda del momento, ha contribuito negli anni a creare una pericolosa **cultura dell'usa e getta**.

Piccole e grandi imprese si sono fiondate a produrre capi in zone del mondo in cui il **costo della manodopera** è scandalosamente basso o peggio ancora viene sfruttato il *lavoro minorile*.

In aggiunta le fibre sintetiche, come il poliestere, con le quali vengono prodotti questi vestiti rilasciano ad ogni lavaggio delle **microplastiche** che vanno a inquinare i nostri mari.

Molto spesso anche il *cotone* non viene coltivato in maniera sostenibile, contribuendo alla distruzione del suolo attraverso il rilascio di tonnellate di sostanze chimiche per la sovrapproduzione della pianta.

Non ultimo, gli acquirenti, pagando poco per beni di bassa qualità, sono maggiormente spinti a comprarne di più e più spesso.

Sta a noi consumatori pretendere **maggiore trasparenza** dalle aziende da cui acquistiamo.

Che materiali sono stati utilizzati per produrre questo vestito? Dov'è stato prodotto? Viene offerto un servizio di riciclo e/o riparazione?

Queste sono le domande che dovremmo porre ed è solo pretendendo una risposta che possiamo veramente cambiare il modo in cui le aziende lavorano.

Se la richiesta di prodotti ecosostenibili aumentasse, premiando gli imprenditori che già attuano politiche di tutela dell'ambiente e delle persone, il settore non potrebbe far altro che adeguarsi.

Il futuro della moda è sostenibile e a dimostrazione di ciò, in un'[intervista](#) rilasciata nel 2016, Carlo Capasa, presidente della Camera nazionale della moda, asserisce che: "Parliamo del futuro della moda, ovvero di quello che immaginiamo per le prossime generazioni e della sostenibilità come parte integrante del futuro".

E voi prestate attenzione a ciò che indossate? Avete un'azienda che vi ispira?

Ogni piccolo gesto conta, anche mentre studiate potreste [ridurre il vostro impatto ambientale](#).

Non perdere altri articoli come questo, [segui start2impact su Telegram](#).