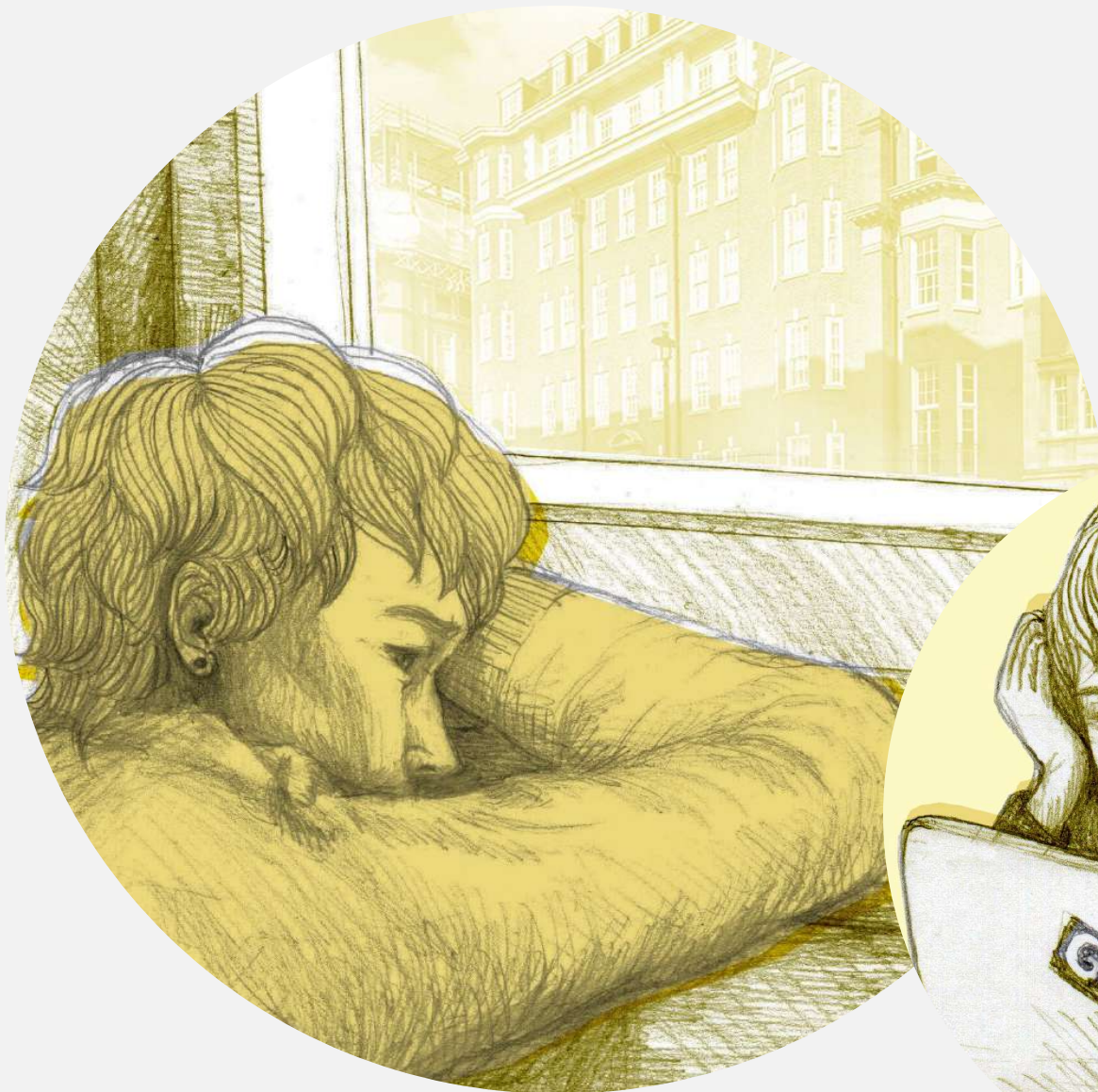




Il dilemma dell'influencer

Libro game interattivo



INIZIA



Stai fissando l'e-mail, per l'ennesima volta leggi:
"Oggetto_Opportunità di collaborazione
TrendFast Fashion",
mentre dietro il bancone della caffetteria, la
macchina per l'espresso sibila,
ricordandoti che il tuo turno di otto ore sta per
cominciare.

67 euro, e subito la tua mente, per l'ennesima
volta fa somme e calcoli che danno sempre lo
stesso risultato: affitto 1.200 euro, prestiti,
bollette, spostamenti, cibo...

Le spese superano sempre le entrate.

CONTINUA

Il tuo pensiero però torna velocemente all'e-mail: Opportunità di collaborazione TrendFast Fashion. Leggi di nuovo, quello che ti sembra davvero un'opportunità, TrendFast Fashion vuole offrirti 12.000 euro per 6 mesi. Ti sembra irrealistico: perché tu sei, o meglio il tuo account Instagram, è SustainableStyle_Sam, e negli ultimi tempi è cresciuto fino a raggiungere 18.247 follower. Tutte persone interessate alla moda etica, alle catene di approvvigionamento, al riciclo e agli sprechi. Sei stato capace di creare una comunità che si fida di te.

Mentre TrendFast rappresenta tutto ciò che di solito critichi. I loro capi si deteriorano velocemente finendo in grosse quantità nei negozi di beneficenza... Tuttavia, nella loro proposta di collaborazione sostengono che la loro nuova Collezione Conscious, utilizzi materiali sostenibili, e che si avvale di una produzione etica e una trasparenza verificata.

Non riesci a capire se si tratta di un vero progresso o semplicemente di un greenwashing ben congegnato rivolto al tuo pubblico?



CONTINUA



Pop-up scientifico:

L'industria della moda genera 1,2 miliardi di tonnellate di CO₂ all'anno, più di tutti i voli internazionali e del trasporto marittimo messi insieme. Consuma 93 miliardi di metri cubi d'acqua ogni anno, sufficienti per 5 milioni di persone. Nel frattempo, l'85% dei tessuti prodotti finisce in discarica o negli inceneritori, spesso entro il primo anno. Ogni secondo, a livello globale, un camion carico di vestiti viene bruciato o interrato.

Ripassi dentro di te quello che scrivi sempre nei tuoi post, che l'industria della moda produce 1,2 miliardi di tonnellate di CO₂ all'anno, una quantità superiore a quella generata da tutti i voli internazionali e dal trasporto marittimo messi insieme... Un consumo di 93 miliardi di metri cubi di acqua ogni anno e nel frattempo, l'85% dei tessuti prodotti finisce in discarica o negli inceneritori, spesso già entro il primo anno.

...ogni secondo viene bruciato o seppellito un camion di indumenti...

Il tuo telefono ti richiama alla tua quotidianità e ti manda il solito promemoria per l'affitto.

CONTINUA





L'offerta è allettante, devi scrivere sei post al mese, Storie che raccontino il dietro le quinte e recensioni sincere: per 2.000 € in anticipo, e poi 1.500 € al mese. Abbastanza per l'affitto, le bollette e forse, per mettere qualcosa da parte.

I tuoi follower, però si fidano di te, in tanti acquistano articoli di seconda mano o riparano i vestiti, proprio grazie ai tuoi contenuti dei tuoi post.

Questa collaborazione potrebbe minare tutto il tuo impegno, o al contrario potrebbe mostrare come il tuo lavoro abbia influenzato positivamente certe aziende... Non sai cosa pensare.

LA TUA SCELTA

⇒ Firmi subito. Vai a pagina 5

⇒ Prima fai una ricerca su TrendWave. Vai a pagina 10



Prima di avere qualche ripensamento, clicchi su “Accetta i termini”. In te si mescolano sollievo, ansia ed eccitazione. Qualche giorno più tardi, arriva un pacco, contiene maglioni in cotone biologico, abiti in poliestere riciclato, jeans ecologici e pantaloni di lino. L’imballaggio è essenziale e rassicurante, tuttavia i tessuti ti sembrano di bassa qualità.

Il maglione color burro mostra la trama, e le cuciture ti appaiono frettolose e poco curate. Eppure, non esiti a fare il tuo primo post.

Nel post indossi il maglione abbinato a i tuoi jeans vintage e stivali di seconda mano. Scrivi dell’importanza di sostenere i marchi che stanno cercando di migliorare. I primi commenti si dividono tra elogi, qualche incoraggiamento ma anche tanta delusione.

CONTINUA



Tre settimane dopo ti rechi a Londra per partecipare al lancio di TrendFast nella moda Green.

L'evento si svolge in un grande open space allestito con cura, niente sembra essere stato trascurato, legno di recupero, espositori in bambù e un'imponente parete verde.

Tutto sembra sostenibile, tuttavia ti sembra che sia solo apparenza, senza profondità e una scelta consapevole.



CONTINUA



Nella zona stampa, conosci Aisha, lavora per una ONG che si occupa di monitorare la sostenibilità delle aziende.

Ha grandi lodi per il tuo lavoro precedente sui lavoratori del settore tessile in Bangladesh, poi però ti chiede della tua nuova collaborazione.

Il suo tono è calmo ma il suo modo è deciso:

"...La Conscious Collection" ti spiega, "rappresenta solo il 3% della produzione di TrendFast..."



CONTINUA

**Pop-up scientifico:**

Il Bangladesh ha storicamente emesso solo 0,06 tonnellate di CO₂ pro capite all'anno, rispetto alle 120 tonnellate pro capite dell'UE. Eppure il Bangladesh si colloca al settimo posto a livello globale per vulnerabilità climatica, dovendo affrontare inondazioni devastanti, cicloni e innalzamento del livello del mare, disastri di cui non ha praticamente alcuna responsabilità. Gli operai tessili del paese, che guadagnano appena 3 euro al giorno, producono abiti per le nazioni ricche subendo al contempo le peggiori conseguenze di una crisi creata proprio dai consumi di quelle stesse nazioni.



"mentre il restante 97%" continua Aysha, "proviene ancora da fabbriche che pagano appena tre sterline al giorno! Vengono prodotte centinaia di milioni di capi di abbigliamento che inquinano i fiumi nei paesi già più duramente colpiti dagli effetti del cambiamento climatico.

Il Bangladesh ha pochissime emissioni rispetto all'Europa, eppure deve affrontare inondazioni devastanti e l'innalzamento del livello del mare, così quei lavoratotori che guadagnano pochi euro al giorno subiscono le conseguenze dei consumi altrui.

I paesi ricchi causano la crisi e i paesi poveri ne subiscono le conseguenze, è vero e proprio colonialismo climatico in azione." ti dice Aysha guardandoti direttamente negli occhi.

CONTINUA

Senti la tensione e il disagio crescere e improvvisamente il maglione sembra ti si stringa addosso. Provi a difendere la collaborazione, ma Aysha con gentilezza, smonta pezzo a pezzo tutte le loro affermazioni.

"La maggior parte delle persone non vede mai i numeri reali," dice, "ed è per questo che le aziende investono così tanto nella distrazione... Non ti sto giudicando, ma sto solamente cercando di esporti i fatti."

Aysha si allontana tra la folla e tu rimani solo, ad assistere ad una performance sulla sostenibilità che ti appare vuota di significato, mentre nella tua mente risuona: "...solo il 3%"



VAI A P.18



Salvi l'e-mail in una cartella che chiami "Importante - Da controllare più tardi" e poi, apri una nuova scheda nel browser per fare qualche ricerca.

Il sito web di TrendFast trasuda professionalità aziendale, mentre la loro pagina sulla "Sostenibilità" presenta statistiche impressionanti: "Riduzione del 30% del consumo idrico dal 2019" e "Impegno per la neutralità carbonica entro il 2050".

Le fotografie mostrano lavoratori sorridenti in fabbriche pulite, sembra Tutto perfetto. Forse troppo perfetto... ti chiedi.

CONTINUA



Pop-up scientifico:

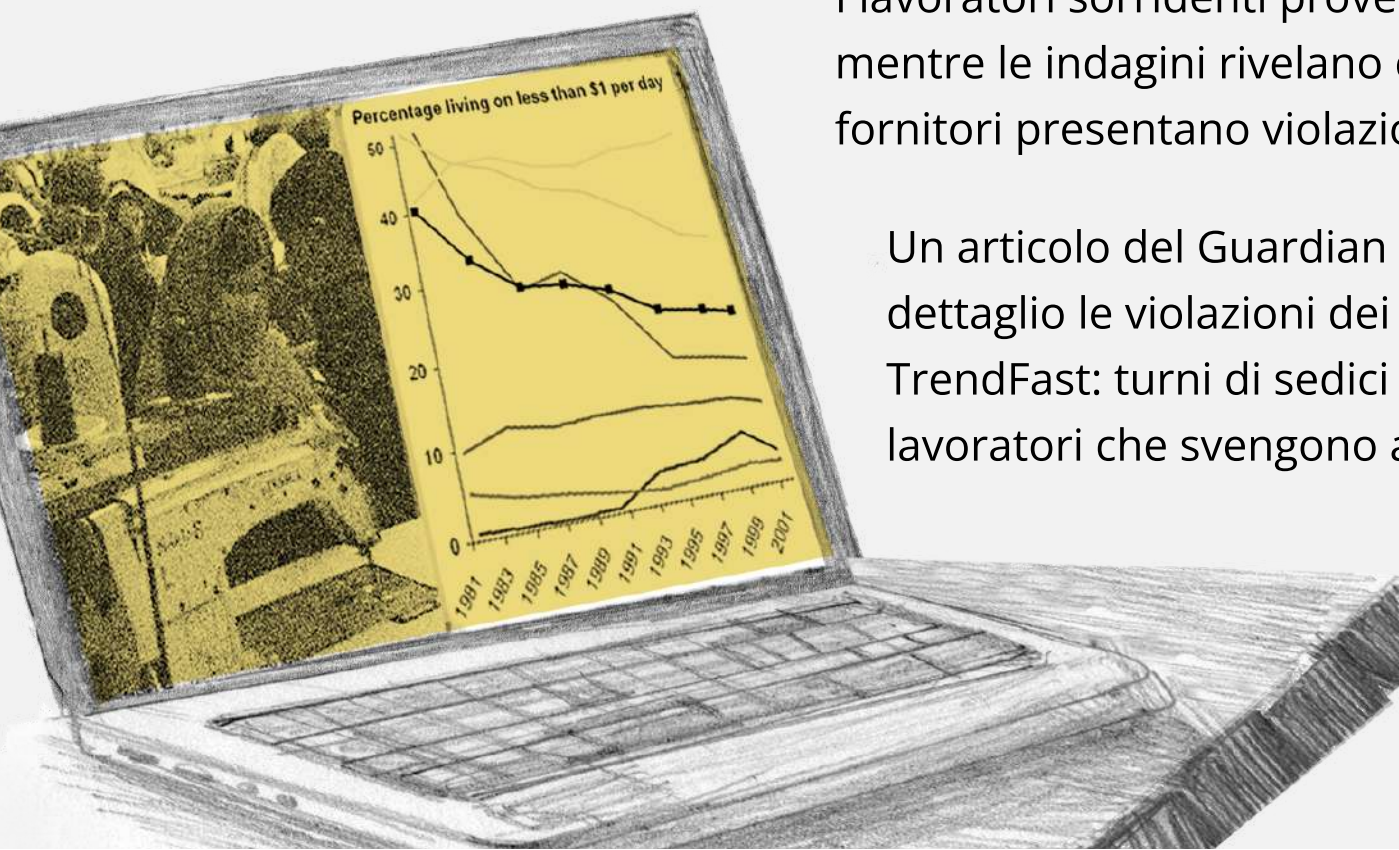
Secondo il Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente, l'industria della moda è responsabile del 10% delle emissioni globali di carbonio, una quantità superiore a quella prodotta da tutti i voli internazionali e dal trasporto marittimo messi insieme. Utilizza 93 miliardi di metri cubi d'acqua all'anno, sufficienti a riempire 37 milioni di piscine olimpioniche. La Fondazione Ellen MacArthur riporta che l'85% dei tessuti prodotti finisce in discarica o negli inceneritori, spesso entro il primo anno. Per produrre una t-shirt di cotone sono necessari 2.700 litri d'acqua, sufficienti per il fabbisogno di una persona per 2 anni e mezzo.

Cerchi di non fermarti alla prima impressioni ma approfondisci tanto da capire che: dire di essersi assunti l'impegno di raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050, significa acquistare crediti di carbonio a basso costo, piuttosto che ridurre effettivamente le emissioni.

Mentre la riduzione del 30% del consumo idrico è applicata solo alla sede centrale, e non agli stabilimenti produttivi.

I lavoratori sorridenti provengono dal loro unico stabilimento di punta, mentre le indagini rivelano che almeno altri trenta stabilimenti fornitori presentano violazioni della sicurezza documentate.

Un articolo del Guardian pubblicato otto mesi fa descrive in dettaglio le violazioni dei diritti dei lavoratori presso i fornitori di TrendFast: turni di sedici ore, salari inferiori al minimo vitale, lavoratori che svengono a causa del caldo.



CONTINUA

Ti soffermi sull'articolo del Guardian che descrive le violazioni dei diritti dei lavoratori presso i fornitori di TrendFast, leggi anche la loro risposta: "Prendiamo sul serio queste accuse e stiamo conducendo un'indagine interna", tuttavia ad oggi nessun risultato è stato reso pubblico.

Eppure la linea "Conscious Collection" ti sembra diversa: ha la certificazione indipendente da parte di Fair Trade International, usa Cotone biologico proveniente da aziende agricole verificate. La linea è ridotta – si contano solo quarantadue articoli – ma esiste. La domanda resta: è davvero un autentico rinnovamento o soltanto l'ennesimo sofisticato greenwashing?

Guardi il tuo conto corrente, hai solo 243 € e l'affitto scade tra nove giorni. Ti chiedi se promuovere la Conscious Collection potrebbe spingerli ad ampliarla o semplicemente forniresti una copertura per continuare lo sfruttamento? Sone le 23:47 e domani il tuo turno in caffetteria inizia alle sette.

LA TUA SCELTA



Rifiuti, non puoi promuovere questo. Vai a pagina 30



Firmi comunque, hai bisogno dei soldi. Vai a pagina 18



Invii un'email chiedendo informazioni sulle pratiche di sostenibilità. Vai a pagina 13

Scrivi, cancelli e riscrivi più volte un'e-mail, alle 1:23 del mattino, finalmente la invii. La versione finale è professionale e diretta, hai posto sette domande molto specifiche sulle pratiche di TrendFast.

La risposta arriva rapidamente, Elena Martinez, responsabile delle partnership della marca, ti propone una videochiamata per il giovedì successivo. Chiedi ad un collega di scambiare i turni, per essere sicuro di avere tutto il tempo necessario.

Giovedì arriva, Elena e Marcus, direttore della sostenibilità dell'azienda, compaiono sul tuo schermo. La video chiamata dura un'ora e mezzo durante la quale, i due si alternano per rispondere a tutte le domande. La Conscious Collection rappresenta il 3% della produzione ammettono apertamente, però vogliono portarla al 15% nell'arco dei prossimi tre anni.



CONTINUA

“Non pretendiamo di essere perfetti”, afferma Elena. “Ma stiamo sinceramente cercando di trasformare un settore enorme. Il cambiamento richiede tempo. Abbiamo bisogno di voci come la tua per aiutarci.”

Ascolti ma pensi anche la Conscious Collection utilizza comunque materiali che contribuiscono al danno ambientale: il poliestere riciclato, ad esempio, commercializzato come sostenibile, rilascia in realtà 700.000 fibre di microplastica per ogni ciclo di lavaggio... e il loro impegno a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050, in realtà significa soltanto su crediti di carbonio a basso costo provenienti da progetti forestali discutibili piuttosto che su una reale riduzione delle emissioni.

La loro linea di produzione principale, inoltre genera circa 240.000 tonnellate di CO₂ all'anno, derivanti da 200 milioni di capi di abbigliamento...



CONTINUA

Marcus, intanto illustra in dettaglio il loro programma di audit degli stabilimenti e le collaborazioni con gli enti di certificazione. Ma quando gli chiedi dei salari dei lavoratori, ha un attimo di esitazione.

"Il nostro obiettivo sono salari dignitosi: in tutti gli stabilimenti, siamo al di sopra del salario minimo". Non dici niente però pensi che in Bangladesh, essere al di sopra del salario minimo significa comunque povertà.

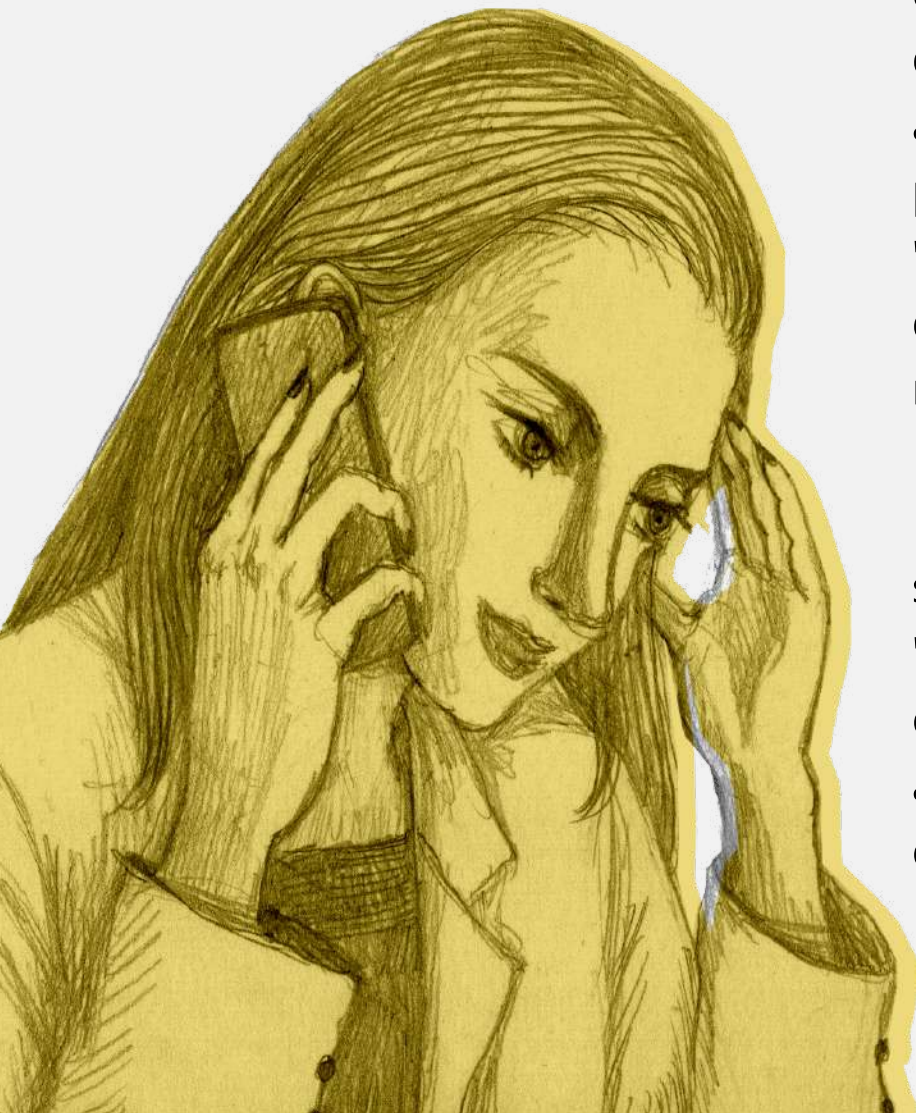
Poi è la volta di Elena che conclude: "Crediamo che potresti divenire parte del cambiamento dall'interno: La tua è una voce importante che potrebbe chiederci conto del nostro operato, contribuendo al contempo a promuovere i progressi concreti."

Dopo la chiamata, rimani seduto nel silenzio dell'appartamento a fare le tue considerazioni, pensi che siano stati più onesti del previsto. Ma che "essere parte del cambiamento dall'interno" potrebbe significare semplicemente una comoda copertura per continuare ad agire come al solito.

LA TUA SCELTA

⇒ Richiedi modifiche al contratto. Vai a pagina 16

⇒ Firmi - promuovi il cambiamento dall'interno. Vai a pagina 8



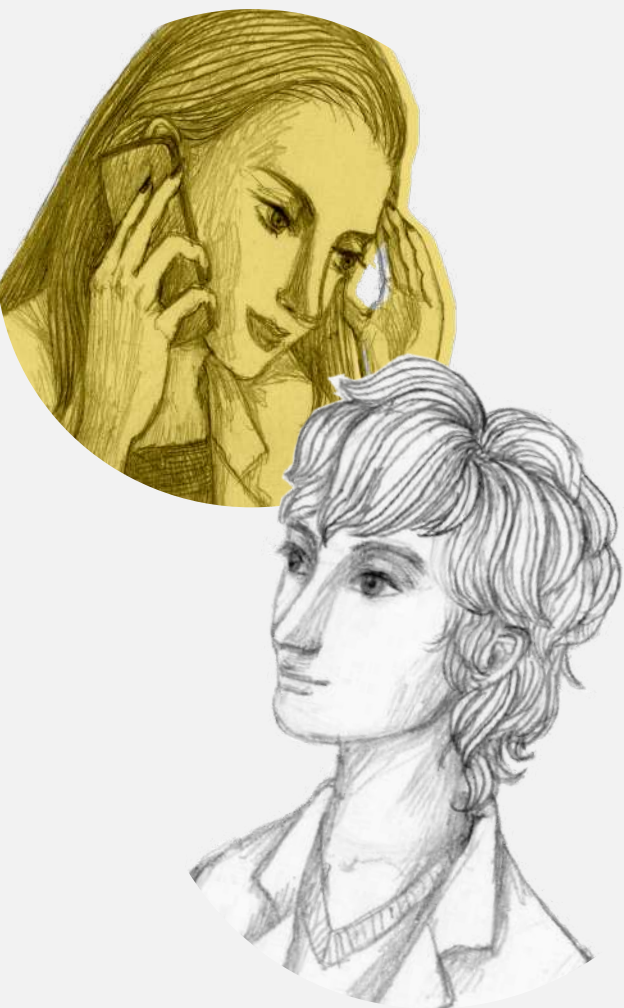
Hai inviato l'e-mail alle 23:00. Il messaggio specifica e delinea le condizioni modificate secondo i tuoi convincimenti: libertà di discutere apertamente sulle sfide legate alla sostenibilità, aggiornamenti trimestrali dettagliati e la possibilità di ritirarti se i progressi dovessero arenarsi.

"Voglio lavorare con voi", scrivi, "ma non posso promuovere qualcosa fingendo di nonvedere i limiti. I miei follower si fidano di me perché sono onesto e voglio continuare a lavorare con onestà!"

Due giorni dopo, Elena ti chiama, la tua controproposta ha suscitato discussioni interessanti ma l'azienda è divisa:

"Alcuni pensano che lavorare con te sia difficile, altri invece credono che tu rappresenti esattamente la voce autentica di cui abbiamo bisogno." Elena fa una piccola pausa, "non possiamo concederti tutto, ma potremmo farti una nuova proposta"

CONTINUA



"Le nuove condizioni che entrerebbero subito in vigore prevedono la possibilità discutere sia i risultati raggiunti che le sfide, a condizione che il tuo approccio rimanga 'equilibrato e costruttivo'.

Condivideremo i rapporti trimestrali sulla sostenibilità, ma tu dovrai mostrarci cosa intendi pubblicare... Avrai accesso alle riunioni di sviluppo della Conscious Collection e abbiamo inserito una clausola di revisione annuale che consente a entrambe le parti di recedere dal contratto."

Resti in silenzio: l'espressione "equilibrato e costruttivo" potrebbe essere interpretata in modo restrittivo, per quanto, offra maggiore trasparenza rispetto alla maggior parte delle partnership.

Leggi il contratto che è stato revisionato per tre volte... mentre il tuo telefono ti ricorda l'affitto da versare entro quattro giorni: 1.200 €.

LA TUA SCELTA

⇨ Ti tiri indietro -mancanza di trasparenza. Vai a pagina 30

⇨ Accetti i termini modificati. Vai a pagina 18

A tre settimane dall'inizio della collaborazione, la tua vita ti appare diversa o almeno credi che lo sia. Il tuo conto in banca segna 2.243 euro invece dei soli 243 che avevi, hai ridotto i turni al bar a soli tre giorni alla settimana, per avere più tempo e spazio per te e creare i tuoi contenuti con tranquillità. Adesso giri video di styling migliori, pubblici Storie più curate e rispondi davvero ai tuoi follower invece di scrivere in modo approssimativo tra un ordine di un caffè e l'altro.

Il tuo account è cresciuto, ha superato i 21.000 follower, grazie anche alle promozioni di TrendFast.

Tuttavia i vestiti che ti hanno inviato, si stanno già rovinando: il maglione ha dei buchi anche se lo hai indossato solo quattro volte, come se il loro cotone biologico fosse più fragile del tessuto normale. Il vestito in poliestere riciclato si è sbiadito dopo un solo lavaggio e la serigrafia ora è appena visibile. Le cuciture si sfilacciano, i bottoni cadono, gli orli si allentano.

La qualità è incredibilmente scadente, nonostante tutte le dichiarazioni di sostenibilità sulla durata e sulla produzione consapevole, questi capi sembrano creati per durare al massimo qualche settimana.



CONTINUA



Pop-up scientifico:

Il modello di business del fast fashion si basa sull'obsolescenza programmata: abiti progettati appositamente per rompersi dopo un utilizzo minimo, costringendo i consumatori ad acquistarne di nuovi. Questo genera impatti climatici catastrofici: l'industria produce oltre 500 milioni di capi all'anno e richiede 2.700 litri d'acqua per produrre una t-shirt di cotone. Nel frattempo, 500.000 tonnellate di microfibre di plastica provenienti dal lavaggio di indumenti sintetici finiscono ogni anno negli oceani, avvelenando gli ecosistemi marini. Il ciclo di produzione costante crea montagne di rifiuti tessili: l'85% di tutti i tessuti finisce in discarica o negli inceneritori, con un camion di rifiuti di abiti che viene bruciato o seppellito in tutto il mondo ogni secondo.

Sai di non poter pubblicare un post onesto su questo argomento, senza violare il contratto:
“Libertà creativa nel rispetto delle linee guida del marchio” significa in realtà che sei libero di elogiare ma non di criticare.

Hai la facoltà di abbinare i capi ma non di metterne in discussione la qualità o la durata.
Continui a fare post in modo accurato, che nasconde in realtà una bugia, una bugia che prima di tutto racconti a te stesso, scrivi:
“Tre modi diversi per abbinare questo capo!” mentre vorresti scrivere “Questo capo durerà al massimo tre volte lacaggi prima di doverlo buttare!”

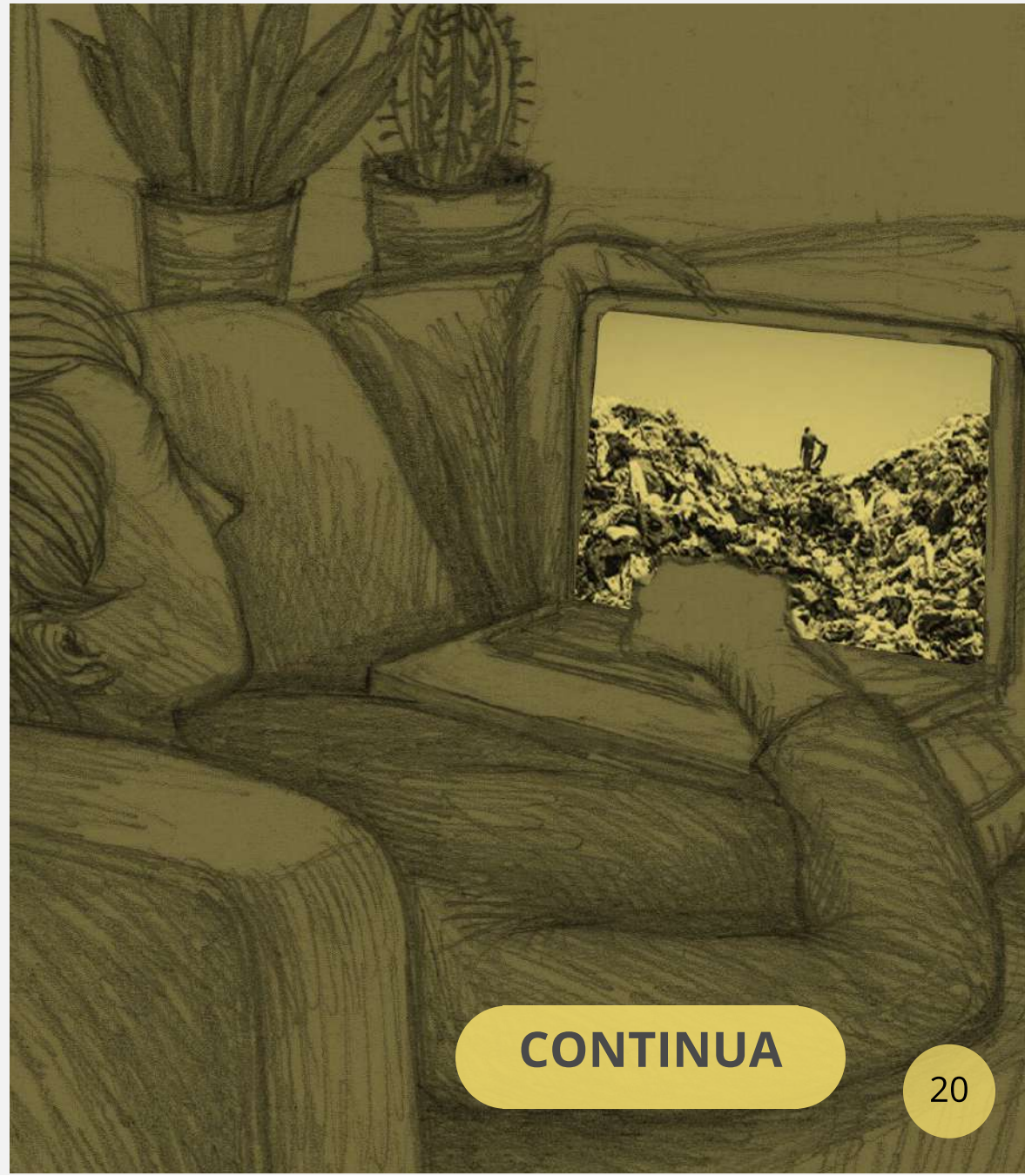
All’inizio ti sembrano bugie insignificanti, più che altro delle omissioni, ma i "non detto" si accumulano, e ogni didascalia formulata con cura rappresenta un inganno, un tradimento, a danno della comunità che hai costruito.

CONTINUA

Non riesci a dormire, è martedì, guardi la sveglia sono solo le 2:47. Nel buio della tua stanza, apri il portatile e guardi il documentario “The True Cost”.

Scorrono immagini di fabbriche crollate, testimonianze di lavoratori sulle loro condizioni disumane, fiumile cui acque hanno assunto colori improbabili a causa dei coloranti tessili e poi montagne di vestiti scartati o invenduti che si accumulano nelle discariche del Ghana e del Cile. Ti sembra tutto insopportabilmente connesso con te, alle scelte che hai fatto.

Dall'altra parte della stanza, gettato sulla sedia, il maglione color burro con i buchi che neanche il buio può nascondere, ti appare come un monito all'obsolescenza e allo sfruttamento mascherati da sostenibilità.



CONTINUA

L'indomani trovi un commento al tuo ultimo post:

"Adoro i tuoi contenuti come sempre," scrive @LilyChangesThings, "ma sono perplessa riguardo questa collaborazione: il bilancio ambientale di TrendFast è piuttosto pessimo... Hai visto il rapporto della Clean Clothes Campaign? Mi piacerebbe davvero sapere cosa ne pensi".

Il commento ha quarantasette "Mi piace" e il numero è in continuo aumentando, alcuni ti difendono, altri sono in disaccordo, la discussione si amplia in un botta e risposta acceso tra i tuoi follower.

Tu leggi la clausola contrattuale relativa la "gestione della reputazione" che prevede che il partner ha il compito di moderare i commenti che potrebbero danneggiare la reputazione del marchio TrendFast..."

Tecnicamente, questa discussione rientrebbe nella clausola, avresti il dovere di cancellarlo... ma @LilyChangesThings ha posto domande in modo gentile... le stesse che un tempo ti ponevi anche tu.

LA TUA SCELTA

⇒ Rispondi onestamente e partecipi. Vai a pagina 22

⇒ Cancelli il commento - mantieni la professionalità. Vai a pagina 28



Decidi di rispondere a @LilyChangesThings e di prendere parte al dibattito:

"Sto imparando anch'io... mi piacerebbe sapere di più su quello che dici, Puoi condividere le tue risorse?"

Passano pochi secondi dalla pubblicazione del post e cominci a pensare che forse questa tua mossa potrebbe costarti tutto.

@LilyChangesThings risponde condividendo alcuni link: il sito web di Fashion Revolution, il documentario RiverBlue, i rapporti della Clean Clothes Campaign e alcuni studi accademici.

Altri follower si uniscono alla discussione, aggiungendo risorse e condividendo esperienze. La conversazione si allarga, e sotto il post ci sono oltre 200 commenti e il numero continua a salire.

Venerdì mattina, ti chiama Elena, la voce gentile che non riesce a nascondere la tensione. "Dobbiamo parlare dei commenti, l'immagine che ne deriva non è affatto positiva e la direzione è preoccupata."

CONTINUA

"La gente discute di sostenibilità in modo sincero", dici con cautela. "non è forse quello che volevamo?"

" A noi sembra una discussione che mette in discussione l'intero marchio... Ti ricordo che avresti dovuto moderare i contenuti dannosi."

"Ma non sono dannosi, sono sinceroi, le persone vogliono sapere, capire sciogliere i propri dubbi!"

rispondi in modo accorato. Dall'altra parte il silenzio si protrae: "Ne discuterò internamente" dice finalmente Elena, "tuttavia necessario che tu capisca che questa collaborazione funziona solo se c'è rispetto reciproco".

Domenica sera pubblichi un post a cui hai dedicato l'intero fine settimana: "Ho deciso di essere onesto con voi e di dirvi cosa mi ha spinto ad accettare questa collaborazione. L'ho fatto perché avevo bisogno di soldi ma anche perché credevo di poter promuovere il cambiamento dall'interno. Tuttavia è molto più faticoso di quanto avevo pensato, gli abiti non sono di qualità e il mio spazio di libertà, è limitato quando devo parlare di sostenibilità. Ad oggi so di non avere tutte le risposte, sinceramente sto cercando di capire cosa sia meglio fare... anche grazie a voi che mi avete chiesto conto delle mie azioni."

CONTINUA

La risposta dei tuoi follower è travolgente, il post viene condiviso 47.000 volte e i commenti si riversano sul tuo profilo a migliaia. Alcuni son arrabbiati, ma la maggior parte sono comprensivi e solidali:

"Grazie per la tua onestà: ecco perché ti seguiamo."

"L'onestà conta più della perfezione!"

"Grazie per essere autentico!"

Mentre il numero dei tuoi follower raggiunge la cifra di 28.000 Elena ti chiama:

"La dirigenza è contrariata e divisa su quello che stai facendo, metà vuole rescindere immediatamente il contratto... ma c'è anche un'altra metà che invece pensa che questa sia esattamente la collaborazione autentica che dicevamo di volere... Vorrebbero incontrarti, il prossimo mercoledì in sede centrale."



CONTINUA

La sede centrale di TrendFast occupa dodici piani di una grande torre di vetro a Canary Wharf, l'immensa sala riunioni si affaccia su Londra. Sandra Chen, vicepresidente del marketing, è seduta di fronte a te, mentre Elena e un rappresentante della comunicazione aziendale sono seduti alla sua destra.

"La tua... onestà ha creato un problema", dice Sandra, senza troppi preamboli, "ma ci ha anche dato un'opportunità. Il tuo post ha generato un coinvolgimento maggiore di tutti contenuti pianificati in questi ultimi mesi. Le persone si fidano di te, e quella fiducia ha un valore."

Con un gesto morbido e lento fa scivolare attraverso il tavolo un documento. "Vogliamo offrirti un nuovo ruolo: Ambasciatrice della sostenibilità. Abbiamo deciso di alzare la tua remunerazione a 3.000 euro al mese. Ti proponiamo una collaborazione per due anni, durante la quale avresti maggiore accesso alla nostra catena di approvvigionamento, parteciperesti alle riunioni strategiche trimestrali e riceveresti i rapporti sulla sostenibilità prima della pubblicazione."

CONTINUA



Dai un'occhiata veloce alla proposta, il compenso ti cambierebbe la vita, ma hai un dubbio che non puoi reprimere: "In che percentuale La conscious Collection rappresenterebbe la vostra produzione?"

"Al 5%" risponde Sandra senza esitazione, "ma puntiamo al 20% entro i prossimi tre anni."

La tua mente abituata ai conti fa un rapido calcolo: il 5% di 500 milioni di capi fa 25 milioni realizzati con finiture leggermente migliori, ma rimangono 475 milioni legati a pratiche di sfruttamento e dannosi per l'ambiente.

"Il contratto prevede contenuti mensili," aggiunge Elena, "ma anche la partecipazione ad eventi chiave e il sostegno pubblico durante le controversie. Abbiamo bisogno di affidabilità."

Valuti ogni parola, il peso e il significato: "sostegno pubblico durante le controversie", vuol dire che dovrai prendere la loro difesa, quando i lavoratori protesteranno o quando emergeranno rapporti ambientali contraddittori... in definitiva ti stanno chiedendo di diventare parte del sistema.

Pensi ai tuoi 28.000 follower, conquistati grazie alla tua onestà, pensi a @LilyChangesThings e alla discussione che il suo commento ha scatenato. Pensi a quei lavoratori che guadagnano tre euro al giorno, mentre i dirigenti seduti davanti a te, discutono di "sostenibilità" dal dodicesimo piano di una torre di vetro o forse dovresti dire d'avorio?

LA TUA SCELTA



Negozi con più fermezza - pretendi impegni concreti. Vai a pagina 33



Rifiuti - il cinque per cento è greenwashing. Vai a pagina 30

Sono trascorsi cinque anni, seduto nel tuo appartamento di Mayfair, ti chiedi quando il successo abbia iniziato a sembrarti una prigione. Il tuo account ha superato i 67.000 follower, sul tuo conto in banca si aggiungono 4.500 euro ogni mese mentre il tuo guardaroba è pieno di capi TrendFast che praticamente non indossi mai.

La mattina in cui viene dato l'allarme per l'incendio nella fabbrica in Bangladesh, ti stai preparando per un galà di TrendFast. La notizia si diffonde verso le 11:00, sono morti 17 lavoratori a causa di mancate misure antincendio e per le uscite bloccate. Il galà avrà inizio alle 19:00.

Decidi di andare ugualmente, indossando un abito TrendFast. Al tuo arrivo sorridi per le foto di rito e parli dei progressi lenti ma costanti che il brand sta compiendo. Torni a casa, seduto nel buio controlli il tuo ultimo post, la sezione dei commenti è piena solamente di elogi, non ci sono commenti negativi, ogni parola relativa agli abusi sul lavoro è stata censurata.

Ti chiedi quando hai iniziato? Il primo commento è stato quello di Aisha, cinque anni fa... cancellare il successivo ti è sembrato più facile e poi sempre di più. Proteggere la partnership, mantenere la professionalità, sono stati i tuoi obiettivi primari, rimuovere le critiche è diventata una routine.

CONTINUA

Scorri i vecchi post di prima del rapporto con TrendFast, la tua passione di allora era inconfondibile: i post sullo sfruttamento, quelli sulla giustizia climatica e sui danni ambientali... follower che ti sfidavano ad un confronto reciproco, discussioni difficili ma appassionanti, dove il coinvolgimento era autentico. Quella versione di te adesso ti appare lontanissima.

L'appartamento è stupendo e il tuo reddito è stabile, il tuo profilo è un profilo di successo. Adesso però, mentre stai seduto al buio alle tre del mattino, e scorri le finte lodi e le critiche edulcorate, adesso la vedi chiaramente intorno a te la gabbia che hai costruito. Una gabbia confortevole, costruita cancellando le critiche, cancellando il tuo senso di giustizia, un commento cancellato alla volta.

FINE





Il 73% degli influencer dichiara di subire pressioni per promuovere prodotti in cui non crede, ma continua a farlo a causa della dipendenza finanziaria (Influencer Marketing Hub, 2022). La moda rimane il secondo settore più inquinante a livello globale, responsabile del 10% delle emissioni di carbonio. Negli ultimi dieci anni, gli incidenti sul lavoro nel settore tessile hanno causato la morte di oltre 3.000 operai. Il cambiamento richiede coraggio, prima di rimanere intrappolati.



Prendi la decisione nell'ufficio di Sandra, mentre Londra, si estende ai tuoi piedi. Ti allontani da TrendFast a passi veloci mentre ripensi alle tue parole:

"Apprezzo l'offerta ma non posso essere un ambasciatore della sostenibilità per un'azienda in cui la sostenibilità rappresenta solo il 5% dell'attività, I miei follower meritano di meglio soprattutto i lavoratori meritano di meglio! Il pianeta merita di meglio."

Tuttavia il mese successivo per te è davvero terribilmente complicato.

CONTINUA



Ritorni a tempo pieno al tuo lavoro in caffetteria, al tuo solito stipendio di 67 euro al giorno, l'affitto diventa più difficile da pagare. La crescita del tuo profilo Instagram rallenta, alcuni follower ti abbandonano ma quelli che restano, interagiscono in modo più profondo. La tua piattaforma continua a crescere, l'anno successivo hai 52.000 follower davvero coinvolti dai tuoi contenuti. Ci sono stati diversi articoli su di te che ti citano come esempio di impegno etico.

Altri influencer ti chiedono consigli su come gestire le collaborazioni in modo responsabile e il tuo impatto si espande ulteriormente. Al terzo anno, raccogli i primi frutti divenendo Direttore della Strategia Digitale per una coalizione di organizzazioni operanti nel settore della moda sostenibile, il tuo stipendio è di 3.200 euro al mese.

Il tuo lavoro contribuisce a un cambiamento misurabile: un leggero calo delle vendite del fast fashion tra il tuo target e una maggiore pressione a favore della trasparenza.

CONTINUA

Non è stato facile arrivare dove sei, ci sono stati momenti di dubbio e la sicurezza economica è stata lenta ma graduale.

Tutte le volte che mettevi in discussione il tuo percorso, il commento di Aysha, ti tornava in mente: hai scelto di rispondere sempre onestamente invece di cancellare i commenti che ti mettevano in dubbio. Quel momento ha determinato tutto.

Non hai l'appartamento a Mayfair che sognavi, né un numero di follower gonfiato da collaborazioni con le aziende, ma sei orgogliosamente consapevole che le 52.000 persone che ti seguono con interesse, lo fanno perchè la tua carriera è costruita sull'integrità e su un lavoro che produce un impatto reale.

E quando ti guardi allo specchio, ti senti fiero della persona che vedi.

FINE





La sfida "30 Wears Challenge" ha raggiunto 200.000 partecipanti in tutto il mondo in tre anni, con un impatto climatico misurabile. La ricerca ha confermato che prolungare la vita di un capo di abbigliamento di soli nove mesi riduce le emissioni di carbonio del 20-30%. La pressione esercitata da campagne come la vostra ha contribuito a una diminuzione del 3% delle vendite di fast fashion. Il mercato dell'abbigliamento di seconda mano è cresciuto a un ritmo undici volte superiore a quello del commercio al dettaglio tradizionale, secondo il Resale Report 2023 di ThredUp. Le scelte individuali, amplificate da un'autentica attività di sensibilizzazione, hanno generato un cambiamento misurabile.

"Ecco cosa mi serve" dici aprendo il tuo taccuino, "una riduzione della produzione del venti per cento entro diciotto mesi, salari dignitosi in metà dei vostri stabilimenti entro un anno, relazioni trimestrali pubbliche con verifica indipendente e piena libertà di criticare se non raggiungerete gli obiettivi." Sandra rimane imperscrutabile, Elena è tesa mentre il responsabile della comunicazione aziendale scuote nervoso la testa.

"È un obiettivo estremamente ambizioso", dice Sandra. "Dovremo discuterne internamente, ti daremo una risposta entro settantadue ore."

CONTINUA



Tre giorni dopo arriva per e-mail la loro controfferta: una riduzione della produzione del 12% in diciotto mesi, salari dignitosi nel 50% negli stabilimenti entro due anni, relazioni trimestrali con l'approvazione finale riservata a TrendFast e la possibilità di esprimere critiche costruttive.

Non ti hanno accordato tutto, ma è molto più di quanto la maggior parte dei marchi si impegni a garantire. Decidi di accettare.

Il primo anno è impegnativo, compi visite agli stabilimenti in Bangladesh e Vietnam e fai riunioni in cui i margini di profitto si scontrano con il benessere dei lavoratori. I rapporti trimestrali sono trasparenti ma anche molto diplomatici e, le quando le scadenze non vengono rispettate, fai critiche pubbliche.

I progressi sono contrastanti ma concreti, la produzione cala dell'11%, riducendo così le emissioni mentre il 35% degli stabilimenti, introduce salari dignitosi in anticipo rispetto al previsto.

Il consumo idrico diminuisce del 22% e i dati relativi alla catena di approvvigionamento vengono resi pubblici. Molte fabbriche, tuttavia continuano a non rispettare le norme e la «Conscious Collection» si attesta al 18%.

Cerchi un equilibrio tra pressione e collaborazione, spesso gli attivisti ti accusano di aver ceduto mentre i dirigenti pensano che tu sia difficile da gestire. I dati però dimostrano l'impatto positivo: salari migliori, emissioni ridotte e una trasparenza di gran lunga superiore.

CONTINUA

Dopo due anni, però capisci che il rapporto ha raggiunto il suo limite e ti allontani. Nei tre anni successivi, ti dedichi alla consulenza indipendente, affiancando diverse aziende del settore della moda e spingendo ciascuna di esse verso pratiche migliori.

A trent'anni, non sei diventato ricco né tantomeno universalmente acclamato, le consulenze ti offrono guadagni incostanti vivendo a cavallo tra due mondi: troppo “aziendale” per alcuni attivisti, troppo radicale per alcuni marchi tuttavia il tuo lavoro costante porta risultati.

Il tuo periodo presso TrendFast ha prodotto cambiamenti misurabili: una riduzione dell'11% della produzione, salari dignitosi per circa cinquantamila lavoratori, un taglio del 22% nel consumo idrico e piena trasparenza nella catena di approvvigionamento.

Ricerche successive confermano che le aziende cambiano di più quando la pressione proviene sia dall'interno che dall'esterno. Per ottenere progressi reali è necessario che entrambe le forze agiscano di concerto.

FINE

DOMANDE DI RIFLESSIONE

1

5

2

3

4

Avanti



Come valuti le affermazioni di "moda sostenibile" o "etica" quando fai acquisti?

Vai oltre il linguaggio del marketing e analizza i dati concreti:

Quale percentuale della produzione è effettivamente sostenibile?

I lavoratori ricevono un salario dignitoso? Il marchio sta riducendo la produzione totale o si limita a migliorare alcuni articoli? La vera sostenibilità richiede trasparenza, responsabilità e la volontà di produrre e vendere di meno.



Che ruolo giocano i singoli individui nell'affrontare problemi sistemici come l'impatto climatico della moda usa e getta?

Le scelte individuali contano, ma non sono sufficienti. Indossare i vestiti più a lungo, acquistare abiti di seconda mano e chiedere trasparenza creano pressione per un cambiamento sistemico. Tuttavia, una vera trasformazione richiede cambiamenti politici, responsabilità aziendale e la messa in discussione del modello economico basato sulla crescita che alimenta la sovrapproduzione. L'azione individuale è più efficace quando è connessa a movimenti collettivi che spingono per un cambiamento strutturale.



La storia presenta il cambiamento climatico come una questione di giustizia climatica. Cosa significa questa impostazione?

La giustizia climatica riconosce che coloro che sono meno responsabili della crisi climatica ne subiscono le conseguenze peggiori. Paesi come il Bangladesh, che hanno contribuito in minima parte alle emissioni globali, si trovano ad affrontare impatti climatici devastanti, pur producendo abiti a basso costo per i consumatori più ricchi. L'azione per il clima deve affrontare queste disuguaglianze, non perpetuarle.



È più efficace promuovere il cambiamento dall'interno delle aziende o costruire alternative al di fuori del sistema?

Entrambi gli approcci hanno pregi e difetti. Chi agisce dall'interno può accedere al potere decisionale, ma rischia di essere cooptato. Chi critica dall'esterno mantiene la propria indipendenza, ma potrebbe non avere influenza sulle pratiche aziendali. Che ruolo giocano la tua posizione e i tuoi privilegi nel determinare quale approccio sia più accessibile o efficace per te?



Quale finale hai scelto? Quali fattori hanno influenzato la tua decisione?

Cosidera i compromessi tra sicurezza finanziaria, valori personali e potenziale impatto. In che modo le circostanze materiali di Sam (lavoro precario, difficoltà economiche) potrebbero aver influenzato la complessità etica della scelta?

ULTERIORI RISORSE

Avanti

**Documentari:**

- "The True Cost" (2015) - Esamina l'impatto umano e ambientale del fast fashion
- "RiverBlue" (2017) - Documenta l'inquinamento idrico causato dall'industria della moda
- "Untold: Inside the Shein Machine" (2024) - Indaga sulla moda ultra-veloce

Organizzazioni:

- Fashion Revolution - Movimento globale per la trasparenza (fashionrevolution.org)
- Clean Clothes Campaign - Tutela dei diritti dei lavoratori (cleanclothes.org)
- Ellen MacArthur Foundation - Ricerca sull'economia circolare (ellenmacarthurfoundation.org)
- Good On You - Valutazione dell'etica dei marchi (goodonyou.eco)

Report e studi:

- UN Environment Programme: Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain: Global Stocktaking (2020)
- Ellen MacArthur Foundation: "A New Textiles Economy" (2017)
- ThredUp. Resale Report (pubblicato annualmente)
- Clean Clothes Campaign. Raport e dossier sulle condizioni di lavoro nell'industria dell'abbigliamento, sui diritti dei lavoratori e sulla responsabilità delle imprese

Libri:

- Elizabeth L. Cline. Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion (2012)
- Dana Thomas. Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes (2019)
- Orsola de Castro. Loved Clothes Last (2021)

ACTION STEPS

Avanti



Azioni concrete:

- Acquista meno capi, scegli prodotti di qualità e indossali più a lungo (idealmente almeno 30 volte)
- Acquista abiti di seconda mano, organizzate scambi di vestiti con amici o noleggia capi per le occasioni speciali
- Impara a eseguire semplici riparazioni, come cucire un bottone, sistemare una cucitura o rattoppare un foro
- Chiedi ai marchi #WhoMadeMyClothes ("Chi ha realizzato i miei vestiti?") e pretendi maggiore trasparenza lungo la filiera produttiva
- Sostieni i movimenti guidati dai lavoratori e le organizzazioni che difendono i diritti dei lavoratori.
- Promuovi politiche che garantiscano salari dignitosi, norme ambientali più rigorose e una maggiore responsabilità delle imprese.
- Condividi informazioni, parla di questi temi con gli altri e contribuisci a costruire una pressione collettiva capace di favorire un cambiamento sistemico.



Questo libro game interattivo è una creazione del progetto GREEN SAGA

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni o i pareri dell'Unione europea o dell'Agenzia per gli Affari Giovanili. Né l'Unione europea né l'autorità che eroga il finanziamento possono esserne ritenute responsabili.

Codice progetto: 2024-2-LT02-KA220-YOU-000293123



**Cofinanziato
dall'Unione europea**