



Anna Bertolini

# La moda si veste di ecologico e spinge sui canali low price

L'abbigliamento consta di un rapporto di interscambio con quelle che sono le tendenze globali che attraversano la società moderna. In altri termini il modo di abbigliarsi è decisamente influenzato dai mutamenti della sfera sociale tanto che l'abbigliamento, e in particolar modo il mondo "fashionable", riflette simmetricamente espressioni comunicative con valenze simboliche piuttosto che raccontare caratteristiche intrinseche del prodotto. Forte di un'aura intangibile e nonostante gli effetti delle fasi recessive dell'economia, il settore prospetta scorcii ottimistici confermandosi come un mercato in movimento tanto è permeato sia nei bisogni sia nei gusti dei consumatori.

## CONTRAZIONE DELLA SPESA E FIORIRE DEL LOW COST

Dando uno sguardo al mondo fashion, lo scenario di fronte al quale ci si trova rispecchia nientemeno quello di molti altri comparti colpiti dalla crisi economica anche se, nonostante non sia stato risparmiato dalla contrazione delle vendite, manifesta un'intensità differente nei singoli segmenti. Complessivamente, pur registrando una sostanziale tenuta dei prezzi, il settore mostra una

## La moda etica nelle sue sfumature

### Usato

- Si ispira ai criteri della sobrietà, dell'anti-consumismo, del riciclo

### Equo solidale

- Fa riferimento ai diritti dei lavoratori, all'esclusione del lavoro minorile, alla valorizzazione di tecniche artigianali locali, alla solidarietà verso persone svantaggiate

### Biologico

- Riflette quell'universo valoriale che fa capo all'ecologia, all'ecosostenibilità, alla riduzione degli impatti ambientali

Fonte: [fondazionebassetti.org](http://fondazionebassetti.org)

contrazione del potere di spesa dei consumatori (contrazione che peraltro si riflette in tutti i settori) che comporta un progressivo sviluppo dei canali low price quali il fast fashion, l'ambulante o il più recente fenomeno dei moving shop. Mettendo a fuoco il canale fast fashion, quest'ultimo sta conquistando importanti risultati in termini d'interesse e consenso sull'onda di una dinamicità che asseconda i gusti e le tendenze volute dalla società. I retailer che vi operano hanno dato

per costruire e sostenere i bisogni dei consumatori che oggi più che mai annoverano una mobilità verticale nella scelta della fascia di prezzo e una mutevolezza orizzontale tra i diversi stili.

## LA SOSTENIBILITÀ, UNA COMPONENTE IN CRESCITA

Come per la produzione alimentare, anche nell'abbigliamento il rapporto con l'ambiente e le tematiche ecosostenibili rappresentano una strada percorribile per avvicinarsi maggiormente a quel cluster di consu-

matori attenti e responsabili. Sempre più persone cercano, infatti, capi e accessori che abbiano alle spalle un processo di lavorazione ispirato allo sviluppo sostenibile.

La moda etica è di fatto un settore in espansione da circa 10 anni in Europa: il suo fatturato complessivo raggiunge circa 370 milioni di euro secondo le ultime rilevazioni di Icea (Istituto certificazione etica e ambientale). Anche nel nostro paese cresce l'interesse verso il settore, in particolare verso i tessuti biologici, ma sia come produttore sia come consumatore di abbigliamento bio l'Italia non può vantare ancora posizioni di primordine rispetto a Germania, Francia e Regno Unito.

Nell'attesa che il processo evolutivo abbia un seguito più evidente, l'Assemblea generale delle nazioni unite ha dichiarato il 2009 anno internazionale delle fibre naturali con l'intento di dare slancio al settore delle fibre naturali in qualità di risorsa rinnovabile e biodegradabile.

Tutto naturalmente senza rinunciare alla componente fashion e al fattore design, elementi imprescindibili per mezzo dei quali un capo acquisisce appeal e credito verso il popolo dei modaiole. ■