Mensile

Data 05-2021

Pagina **34/39**Foglio **1/6**





COSMOPOLITAN

report

Puoi essere

CONTEMPORANEAMENTE

GLAM + GREEN

(SENZA BRUCIARE LA CARTA DI CREDITO)

di ADELAIDE BARIGOZZI

SEGUIRE LA MODA
ECO-FRIENDLY
HA UN COSTO,
MA NON SEMPRE
LA SCELTA GIUSTA
È PAGARE. PAROLA
DELLE ATTIVISTE ZERO
WASTE. VIAGGIO
NELL'ECONOMIA
CIRCOLARE DOVE
PUOI ESSERE COOL &
SOSTENIBILE (ANCHE
PER LE TUE FINANZE)



APR/MAG 2021 COSMOPOLITAN 35

Data Pagina 05-2021

Foglio

34/39 3 / 6

report

COSMOPOLITAN

'è un grosso limite alla tua voglia di salvare Il pianeta dal riscaldamento globale, e si chiama budget. Ovvero, quello che ti puoi permettere di spendere per vivere in modo davvero sostenibile senza andare in rosso a metà mese. È il pensiero di Giulia, 23 anni, un cuore verde, una stanza in coabitazione e un lavoro come commessa in uno store di arredamento, interrotto e poi ripreso dopo la cassa integrazione Covid. «Tra il maglioncino in lana organica certificata a € 150 e quello in viscosa e poliestere made in Vietnam di una catena fast fashion a € 19,95 ci sono sempre € 130,05 di troppo. Non c'è gara», osserva. Anche la spesa è un tasto dolente. «Mi piacerebbe acquistare solo cibi bio, ma questi prodotti hanno un costo eccessivo. Cerco di vivere in modo sostenibile, uso la borraccia, vado al lavoro in bici, ho eliminato gli oggetti usa e getta, utilizzo solo shopper di stoffa. Ma con il mio reddito, le bollette e l'affitto da pagare, certi articoli restano fuori dalla mia portata. E se voglio gratificarmi con un abito alla moda che non mi costi un occhio devo per forza scendere a compromessi, anche se poi mi sento in colpa».

Giulia non è certo l'unica a pensarla così. In tanti ritengono che seguire uno stile di vita sostenibile sia, in realtà, ancora un lusso per pochi. Nel frattempo, però, la pandemia ha portato i temi ambientali in primo piano. E il green da settore di nicchia si è trasformato in polo d'attrazione per i Gen Z, protagonisti della climate revolution. Così i marchi fashion e beauty stanno facendo a gara nel crearsi una eco-friendly reputation, pur di convincerti a restare con loro. Ma non sempre sono trasparenti. Uno studio Usa ha rilevato che il 98% dei beni presentati come verdi, sono frutto di greenwashing (ne parliamo

È quello che succede quando un'azienda cerca di costruirsi un'immagine ingannevole attraverso singoli prodotti virtuosi per distogliere l'attenzione dai danni ambientali che causa con le proprie attività. Un fenomeno diffuso, che non è sempre facile sgamare.

98% dei prodotti green non sempre lo è

A marzo del 2020 il Capgemini Research Institute ha chiesto a 7.500 consumatori di tutto il mondo come la sostenibilità condizioni le loro scelte. Oltre la metà (52%) ha risposto di provare un legame emotivo coi prodotti green e il 64% (che sale al 72% tra i 25-35enni) ha detto che acquistarli lo rende felice. Ma non tutti sono d'accordo.

72%

i Gen Z felici di comprare plastic-free

«Ci hanno abituato a pensare che se compriamo beni coerenti con la filosofia sostenibile genereremo un cambiamento più importante che non con l'attivismo», osserva Veronica Wrobel, influencer e ambientalista. «È una mossa che gratifica i consumatori e arricchisce le aziende. Ma se un prodotto è a zero impatto, ciò non significa che sei giustificato a comprarne di più. L'eco-consumismo è un ossimoro. Esprimere la tua identità attraverso scelte di consumo non ha nulla a che fare con la sostenibilità».

anche a pag. 98).



C'è un'altra via, insomma, per salvare il pianeta, e non prevede di aprire il portafogli, se non per lo stretto necessario. E nemmeno di buttare.

Se hai già sentito parlare di attivisti zero waste, saprai che il loro è il punto di vista più virtuoso. E apparentemente difficile da realizzare, per chi vuole seguire la moda, un concetto che sulla stagionalità ha costruito la sua ragion d'essere. Eppure, per motivi che andrebbero studiati, sono quasi tutte donne: ragazze stilose e con un'incredibile abilità nel curare il look in modo sostenibile. Lauren Singer, per esempio, nel 2015, quando aveva 23 anni e studiava scienze ambientali alla Nyu, si è presentata al TEDxTeen per tenere uno speech con un barattolo di vetro. Dentro c'erano i suoi rifiuti degli ultimi 3 anni. Oggi il suo blog Trash is for Tossers (La spazzatura è per i buoni a nulla) è la bibbia per chi non butta via niente perché ogni bene va riutilizzato, riparato, riciclato o compostato, le basi dell'economia circolare. Con sguardo radioso ma implacabile, Lauren diffonde consigli spietati del tipo: "Devi dire addio agli abiti nuovi: quelli che hai sono abbastanza". Non serve essere una fashion victim per capire che è un percorso in salita. Se comprare green è un lusso per pochi, vivere zero waste non ti costerà nulla, ma non è per tutti. Eppure lei giura che ce la puoi fare.



Il mercato dei cosmetici naturali, talia vale 1.654 milioni di euro.

ome spesso accade, la soluzione potrebbe essere nel mezzo. Si chiama consumo responsabile e per fortuna prevede qualche strappo alla regola e nessun senso di colpa. «Che lo stile di vita sostenibile sia più caro è un mito da sfatare. È un investimento che ti ripaga a lungo termine: se ora ti sembra costoso, poi scoprirai che è conveniente

anche dal punto di vista economico», dice Laura Zunica, 35 anni, founder dell'onlus green TerraLab e attivista di Worldrise. l'associazione di Mariasole Bianco che ha lanciato la campagna 30x30 sostenuta anche da Cosmo per chiedere di proteggere il 30% dei mari entro il 2030 (su 30x30.it firmi la petizione!). Nel 2018 Laura ha ideato il blog PIØ Progetto Impatto

Zero per diffondere uno stile di vita sostenibile. «Ma occorre anche fare i conti con la realtà nella quale viviamo. La pandemia ha complicato le cose e non c'è niente di male se ogni tanto scendi a compromessi. Si tratta di fare delle scelte. Non sempre il prezzo dei prodotti green è giustificato. lo sono la prima ad



arrabbiarmi con chi vende un dentifricio bio a € 9, ma un maglione in lana riciclata fatto da un artigiano ha un valore anche etico, ed è giusto che costi di più».

report

COSMOPOLITAN

aura non è sempre stata un'attivista green. «Ho studiato giurisprudenza e avevo davanti una carriera legale. Non mi ero mai interessata di *questioni* ambientali. Poi mia madre si è ammalata e nel giro di un anno è mancata. Sono cresciuta solo con lei e perderla è stato scioccante, tanto più che

aveva una vita più sana della mia. Ho iniziato a chiedermi come era potuto succedere. Così ho letto, indagato, mi sono informata. E ho scoperto un mondo. Ho capito che viviamo immersi nei nostri rifiuti e che dovevo fare la mia parte per cambiare le cose. Ho aperto il blog, ho fondato la mia onlus. Per un po' ho continuato a lavorare nel campo del diritto, ma appena ho

potuto sono scappata e ora mi dedico alla tutela dell'ambiente al 100%». Non è un caso se Laura Zunica sottolinea l'importanza delle motivazioni personali che ti portano ad abbracciare uno stile di vita sostenibile. «La consapevolezza è il primo passo: solo se interiorizzi le ragioni che ti

muovono riuscirai davvero a mutare rotta. Il vero problema, infatti, è che abbandonare abitudini consolidate è molto difficile: è un percorso lungo, ci vuole pazienza. lo ho iniziato da due cose banali, la borraccia e le shopper di stoffa: all'inizio me le ricordavo una volta su dieci, ora le uso in automatico».



stoffa riduci il consumo di plastica di 15 kg l'anno. Se usi reti e shopper di

così è salito il vintage in Italia (2020)

Scelta è una parola che ricorre spesso quando si parla di attivismo green. Passione per l'ambiente, preoccupazione per il futuro e competenze particolari spesso si incrociano con motivazioni personali.

«L'emergenza climatica è legata alle disuguaglianze sociali e ti spinge a superare il concetto di consumo», osserva Roberta Bonacossa, 27 anni, co-founder di Change for Planet, associazione nata nel 2019 all'indomani della prima Local Conference of Youth for future (Lcoy) supportata dall'Onu in Italia (il prossimo evento internazionale Youth4Climate è previsto a Milano il 28-30 settembre). «Adottare pratiche sostenibili significa soprattutto risparmiare: ridurre i consumi di acqua ed elettricità, abbassare il riscaldamento, autoprodurre i beni che ti servono». Quest'ultimo è un trend in forte crescita. Il confinamento da Covid ci ha spinto a fare in casa non solo il pane, ma anche cosmetici o saponi. Un'operosità che si sposa perfettamente con le istanze ambientali, basta che ti affidi all'esperto giusto, competente ed eco-friendly. Come



Elisa Nicoli, seguitissima sul suo blog di fai-da-te zero waste Autoproduco. Insieme ad altri attivisti Roberta Bonacossa si è candidata a diventare European climate pact ambassador (info sul sito della Ce) per ispirare l'azione green nella sua community. «Anche facendo la spesa fai la differenza», dice. «lo vado al mercato di quartiere e nei negozi di sfuso. E per acquistare km 0 dai produttori risparmiando ci sono gruppi d'acquisto come L'alveare che dice sì (alvearechedicesi.it). Quanto agli abiti, li scambio con le amiche o li trovo nei negozi second hand a bassi prezzi tipo quelli del circuito Humana, o ancora nei market vintage come quello a Milano del circolo Tempio del Futuro Perduto».

Se green is the new black, il vintage è la tendenza che mette d'accordo tutti, fashionisti e attivisti. Cosa c'è di più sostenibile e glam che andare a caccia di abiti e accessori second hand firmati su app, mercatini e siti di reselling? La pandemia da un lato spinge a consumare in modo più consapevole, dall'altro ha aumentato l'offerta: magari anche tu

stai pensando di liberarti di capi che non usi. Secondo il report The smart side of fashion di Vestiaire Collective (oltre 10 milioni di utenti nel mondo), a maggio 2020 i depositi sono aumentati circa dell'88% rispetto ad aprile, mentre gli ordini sono saliti del 119% rispetto al 2019. Numeri che continuano a crescere. In Italia questa tendenza è ancora più

5 CONSIGLI PER DIVENTARE UNA CONSUMATRICE SOSTENIBILE PARTENDO DA ZERO

Laura Zunica, ideatrice del blog PIØ - Progetto Impatto Zero, ti dà le sue dritte

La prima cosa che ti serve è la consapevolezza. «Informati, leggi, documentati sulle cause dell'emergenza climatica e su cosa puoi fare per cambiare le cose. Chiediti perché: metti a fuoco la tua motivazione», consiglia Laura Zunica.

Non avere fretta: fai un passo alla volta. «Io ho cominciato 2 usando la borraccia e le shopper di stoffa, prova anche tu. E non sentirti in colpa se non raggiungi gli obiettivi: non riuscire a fare tutto non vuol dire non fare nulla. Devi perdonarti e andare avanti», dice l'attivista.

3 Impara a leggere le etichette. «Ci trovi il 90% delle informazioni che ti servono per capire se quel prodotto è sostenibile: la provenienza, i materiali o ingredienti che lo compongono e le loro percentuali», afferma Zunica.

4 Non fidarti del marketing. Leggere le etichette ti permette anche di smascherare operazioni di greenwashing. «Un mese fa sono stata attirata da un cappotto in vetrina di uno store di fast fashion; veniva presentato come sostenibile, ma poi ho scoperto che era composto solo al 10% di lana riciclata e al 90% di poliestere, e per giunta made in Bangladesh», dice l'esperta. Ma c'è il lieto fine: «Ne ho comprato uno davvero sostenibile: mi è costato una fucilata, ma lo userò per 15 anni almeno, quindi ammortizzerò la spesa!».

Una volta che avrai ingranato, diventa anche tu climate 5 una volta cne avrai ingrandio, accontavo agli altri cosa facevo e perché anche loro dovevano adottare nuove abitudini, ma è uno sbaglio. Se vuoi convincere qualcuno non devi dargli lezioni, ma condividere i benefici. Così gli verrà voglia di seguire il tuo esempio», conclude Zunica.

marcata. Tra marzo e giugno 2020, secondo una proiezione di VC per Il Sole 24 Ore, si è verificato un balzo di vendite del 128% e

dell'offerta del 137%. 11 marketplace Usa di reselling ThreadUp che ogni anno indaga i trend di mercato, ha calcolato che entro il 2029 il settore second hand

supererà il fast fashion. E a spingere in questa direzione ancora una volta sarà la Generazione Z che preferisce l'usato per ragioni green. E lo rivendica.