Abiti in volo e spiagge di rifiuti tessili: l’estate delle multinazionali Fast-Fashion

Mentre gli aerei prendono giornalmente il volo, carichi di abiti prodotti dall’altra parte del globo, l’ultima campagna di Vestiaire Collective ci ricorda che gli stessi abiti, una volta dismessi, potrebbero riempire chilometri di spiaggia lungo le coste di mezzo mondo. È davvero questa l’estate che vogliamo?

Il gruppo spagnolo **Inditex**, titolare di marchi come Zara, Massimo Dutti e Oysho (tra gli altri), **c**ontinua a far viaggiare via aerea enormi quantità di prodotti di fast fashion, incrementando le emissioni di CO2 dei suoi trasporti aerei del 37%. A poco è servita la raccolta firme inoltrata alla dirigenza dell’azienda da oltre 26.000 persone, con la quale si chiedeva un’ inversione di rotta sostanziale e che è stata totalmente ignorata. Per tentare di raggiungere gli azionisti, si sono movimentate Public Eye, Campagna Abiti Puliti ed altre organizzazioni europee della Clean Clothes Campaign che, lo scorso 9 Luglio, in vista dell’assemblea generale, hanno fatto arrivare le richieste al colosso spagnolo, per invitarlo a prendersi le proprie responsabilità ed intraprendere un percorso più ecologico non solo di facciata. Le richieste avanzate, nello specifico riguardavano in primis la **trasparenza sul reale impatto ambientale prodotto dai voli** (con dettagli onesti sulle emissioni); a seguire un impegno concreto per l’eliminazione totale o una **immediata riduzione drastica dei trasporti per via aerea** (con obiettivi perseguibili ed una strategia indicata); la riprogettazione della logistica dell’azienda in termini più funzionali per il rispetto del clima. Ambiente sì, ma anche persone: **la richiesta di una garanzia di un salario degno** è da sempre nelle battaglie della Clean Clothes Campaign; anche in questo caso ha ribadito il concetto, suggerendo caldamente a Inditex una revisione dei tempi di consegna, più lunghi, in grado di garantire una produzione (ed una vita) sostenibile per chi la fa. Il consiglio, per fare tutto questo in maniera concreta, sarebbe usare gli extra profitti per finanziare una trasformazione sostanziale.

Inditex è titolare di marchi come Massimo Dutti, Zara, Bershka, Pull&Bear e altri

Dal 2018 al 2023 le emissioni dei trasporti sono aumentate in maniera esponenziale, con una piccola decrescita nel 2022 dovuta principalmente alle sanzioni economiche introdotte in seguito al conflitto russo-ucraino. In generale agli aumenti delle vendite dei prodotti sono corrisposte le emissioni di CO2, con il trasporto aereo responsabile di più del 12% delle emissioni totali dell’azienda. **Il numero dei cargo settimanali è circa di 50 voli**, un dato che tenderà ad aumentare entro il 2025, vista la prossima apertura di un centro logistico di 286.000 mq nei pressi dell’attuale situato a Saragozza. A sua discolpa l’azienda sostiene che il trasporto aereo è destinato solo alle rotte intercontinentali e quando non sono fisicamente possibili altri tipi di mezzi (o quando questi ultimi sarebbero troppo lenti rispetto alle folli tempistiche aziendali). Inoltre hanno messo in luce una nuova misura per ridurre le emissioni degli aerei, elaborata in collaborazione con la Repsol (compagnia petrolifera), per sostituire un 5% del cherosene usato dagli aeromobili con dei biocarburanti. Una mossa minuscola e in parte sprecata, vista la capacità attuale ridotta nel produrre carburanti da rifiuti biodegradabili. **Fare a meno degli aerei è possibile ed auspicabile**; come già hanno dimostrato altre aziende del settore, basta volerlo. Lasciando l’aria libera da abiti

volanti che continuano a volare, liberi e leggeri, andando ad appesantire le spiagge più belle e conosciute del mondo. Da Bondi Beach in Australia fino a Saint Tropez, passando da Positano, Miami, Santa Monica e disturbando perfino i surfisti di Biarritz. Sono le immagini dell’ultima campagna di Vestiaire Collective che, dopo **aver eliminato dal proprio sito di rivendita di capi di seconda mano i marchi di fast fashion**, ed aver “invaso” le capitali mondiali di rifiuti tessili con la precedente provocazione visiva, ha deciso di lanciare la sua versione “cartolina estiva”.

Cartoline che raccontano di mare, sole e sabbia tappezzati di abiti, quelli che si buttano via giornalmente e che potrebbero riempire la Croisette di Cannes ben 197 volte oppure il lido di Positano 5251 volte. **Un invito alla riflessione, al non agire d’impulso**, soprattutto nei mesi estivi, dove la voglia di vacanza e gli sconti stagionali danno una spinta importante all’acquisto del superfluo in maniera immediata. Questo il proposito della campagna: **trasportare i rifiuti nei luoghi conosciuti e blasonati**, dove i posti *instagrammabili* diventano discariche a cielo aperto e sotto il sole cocente. Chissà che così non si riesca ad urtare la sensibilità dei compratori compulsivi invitandoli a pensare prima e comprare poi (che va anche bene fare shopping in vacanza, con la certezza che quell’abito comprato a Ibiza si possa riutilizzare molte altre volte anche a casa prima di farlo finire in un cassonetto).

[di Marina Savarese]