

UN MANIFESTO PER LA SOSTENIBILITÀ

Un'editoria che educa e ispira: la moda sostenibile è al centro della Green Issue di British Vogue

di Matilde Paolantonio

Nel dicembre 2020, British Vogue ha dato vita a una delle sue edizioni più discusse e innovative: la Green Issue. British Vogue ha rivoluzionato il modo in cui la moda può essere raccontata, con un impegno dichiarato per una moda più responsabile e consapevole, questa edizione non è stata solo un numero dedicato a un tema di tendenza, ma un vero e proprio manifesto per il cambiamento. Come ha dichiarato il direttore editoriale Edward Enninful, "La moda ha il potere di cambiare il mondo. Oggi, più che mai, dobbiamo essere consapevoli dell'impatto che le nostre scelte hanno sul pianeta". In un settore che è stato a lungo accusato di contribuire alla crisi ambientale, Vogue ha lanciato un messaggio forte: il futuro della moda non è solo un'opportunità economica, ma anche una sfida cruciale per il pianeta. Non si tratta solo di tendenze, ma di un impegno autentico per il cambiamento, il futuro della moda deve essere sostenibile.

E non sono io a dirlo, è Vogue!

"La moda deve cambiare. Non possiamo più ignorare

l'emergenza ambientale."

Queste parole di Edward Enninful, direttore di British Vogue, riassumono perfettamente il cuore pulsante della "Green Issue". L'edizione ha messo in luce l'urgente necessità di un ripensamento radicale nel settore della moda. Non solo Vogue, ma l'intero mondo editoriale si sta rendendo conto del suo impatto ambientale e della responsabilità che ha nel plasmare il futuro. La sostenibilità non è più un'aggiunta, ma una condizione fondamentale per la sopravvivenza dell'industria.

Tra i protagonisti dell'edizione, spicca l'intervista al Principe Carlo, da decenni impegnato in iniziative ecologiche e agricole rigenerative.

"La sostenibilità è un dovere che va oltre il business. È

un'opportunità per lasciare un'eredità positiva per le generazioni future."

Durante l'intervista, il Principe ha sottolineato l'importanza di un approccio sostenibile all'industria del lusso, spiegando come le aziende che godono del Royal Warrant debbano adottare misure concrete per ridurre il loro impatto ambientale: "Le generazioni future ci giudicheranno per le azioni che intraprendiamo oggi". Questo impegno non solo rispecchia una posizione etica, ma spinge anche l'industria del lusso a ripensare le sue pratiche.

La copertura della *Green Issue* ha visto come protagonista Beyoncé, che ha saputo combinare il suo impatto globale nel mondo della moda con un messaggio forte sulla sostenibilità. L'outfit che ha indossato per l'occasione includeva capi provenienti dal suo brand, Ivy Park, e da marchi come Mugler e Alexander McQueen, che stanno facendo passi significativi verso una moda più sostenibile.

"La sostenibilità è un valore fondamentale. Non possiamo ignorare la responsabilità che abbiamo nei



ig: britishvogue

ig: britishvogue

• UN MANIFESTO PER LA SOSTENIBILITÀ

confronti del pianeta e delle future generazioni. "Il suo impegno va oltre l'apparenza: il suo marchio, Ivy Park, è noto per l'uso di materiali riciclati e la promozione di un design innovativo che cerca di ridurre l'impatto ambientale. Questa scelta di includere Beyoncé è anche un messaggio che la moda può essere un motore di cambiamento senza sacrificare lo stile, un'affermazione di valori: l'unione tra lusso e responsabilità ambientale.



ig: beyonce

Al centro della "Green Issue" c'è anche l'ambizioso progetto del Sustainable Fashion Glossary, sviluppato in collaborazione con il Centre for Sustainable Fashion del London College of Fashion. Questo glossario online, che raccoglie oltre 250 definizioni legate alla sostenibilità nella moda, rappresenta un

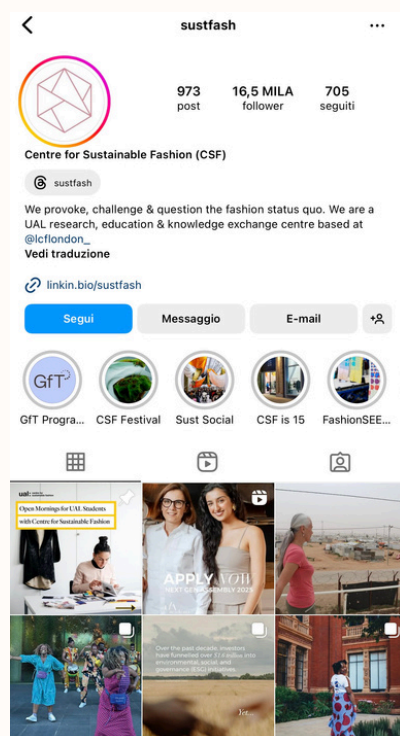
passo concreto verso l'educazione del pubblico. L'obiettivo non è solo educativo, ma anche pratico: "Il glossario è uno strumento fondamentale per promuovere un dialogo informato e consapevole sulla sostenibilità", ha dichiarato Clare Press. "Con una comprensione condivisa di questi concetti, possiamo realmente influenzare il cambiamento nelle pratiche di produzione e consumo. "Come ha affermato la professoressa Sandy Black, esperta di moda sostenibile e coautrice del glossario: "La moda sostenibile non è solo un'idea, ma una pratica che possiamo imparare a conoscere e applicare ogni giorno". L'edizione ha anche evidenziato che la sostenibilità non è solo una tendenza del mo-

mento, ma una vera e propria nuova direzione che trasforma l'intero settore. La rivista ha dimostrato che l'eleganza e l'impegno verso l'ambiente possono coesistere senza compromessi, dando il via a un movimento che celebra la moda circolare e la responsabilità sociale.

"La moda può e deve essere parte della soluzione", ha affermato Stella McCartney, una delle figure di riferimento per la moda sostenibile. La sua visione è chiara: la moda del futuro sarà quella che rispetta il pianeta e chi la indossa, unendo estetica e sostenibilità in un'unica forza creativa.

Non solo *British Vogue* ha risposto all'esigenza di parlare di sostenibilità. Anche altre riviste hanno intrapreso la stessa strada, ciascuna con approcci diversi. *Vogue Italia*, nel gennaio 2020, ha scelto di pubblicare un numero senza servizi fotografici, sostituendoli con illustrazioni, riducendo l'impatto ambientale del processo editoriale. Questo gesto simbolico ha lanciato un messaggio forte: la creatività può andare oltre il formato tradizionale, esplorando nuove vie che minimizzano il consumo di risorse.

Come affermato dal direttore di *Vogue Italia*, Emanuele Farneti: "L'arte della moda non ha bisogno di sprechi per essere visibile. La creati-



• UN MANIFESTO PER LA SOSTENIBILITÀ

vità non deve dipendere dalla quantità di risorse che consumiamo”.

Anche Elle ha dedicato un numero speciale alla sostenibilità nel 2021, con interviste a designer emergenti che adottano pratiche circolari e



ig: vogueitalia

consigli pratici per i consumatori. Elle ha scelto di adottare un linguaggio più diretto, con l'obiettivo di sensibilizzare il lettore me-

dio alle sfide ambientali legate alla moda.

Nonostante l'impegno di British Vogue, non sono mancate le critiche. Alcuni hanno accusato la rivista di greenwashing, suggerendo che le sue iniziative verso la sostenibilità dovrebbero estendersi anche alla produzione della stessa rivista. La stampa, infatti, ha un impatto ambientale notevole, dovuto all'uso di carta e inchiostri. Come afferma la giornalista di sostenibilità Lucy Siegle: "Non possiamo ignorare il fatto che anche le riviste di moda contribuiscono all'inquinamento, non solo l'industria della moda. È il momento di fare scelte consapevoli anche a livello editoriale". Questo dibattito sul greenwashing è essenziale: la sostenibilità nella moda non può limitarsi alle parole, ma deve tradursi in azioni concrete.

L'edizione "Green Issue" di British Vogue ha avuto un

impatto significativo, stimolando il dibattito sulla responsabilità dell'industria della moda e sul ruolo delle riviste nel promuovere il cambiamento. "La moda non è solo una questione di abiti, è una questione di valori. E oggi, quei valori devono essere sostenibili". La vera domanda per il futuro della moda è quanto profondamente le riviste si impegneranno, non solo a raccontare, ma a guidare il cambiamento, affrontando le sfide ambientali e sociali in modo radicale e innovativo. Le riviste di moda possono diventare un catalizzatore per una nuova visione, in cui l'estetica e la sostenibilità vanno di pari passo. La vera sfida per il futuro della moda non è solo parlarne, ma agire concretamente. È il momento di agire con lungimiranza, per trasformare lo stile da simbolo di consumo a strumento di cambiamento.