

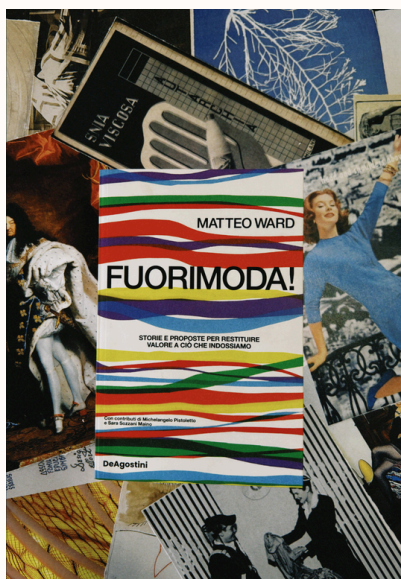
FUORIMODA!

Project manager per Fashion Revolution, co-fondatore e CEO della società Wråd che affianca le aziende di abbigliamento per una produzione più sostenibile. A settembre 2024 ha pubblicato il libro "FUORIMODA!" con l'intento di far "aprire gli occhi sul sistema moda"

di Marco Scarpino

Perché leggere il suo nuovo libro "FUORIMODA!"? A chi è rivolto?

Credo che la moda, così come la conosciamo oggi, sia diventata insostenibile: per il pianeta, per le persone che la producono e per noi che ne facciamo parte come consumatori. Non possiamo cambiare nulla senza prima vedere chiaramente i problemi e capire come siamo arrivati fin qui. Con questo libro voglio aiutare a fare proprio questo: aprire gli occhi sul sistema, riflettere sul suo impatto e, soprattutto, immaginare alternative. Il libro è per chiunque voglia riappropriarsi del proprio rapporto con i vestiti, capire da dove vengono, come sono fatti e che storie raccontano. È rivolto a chi si sente sopraffatto dai ritmi frenetici della moda e vuole trovare un modo più umano e sostenibile di viverla, ma anche agli operatori del settore, che hanno il potere di cambiare le regole del gioco. Non pretendo di avere tutte le risposte, ma spero che questo libro possa accendere una scintilla, perché tutti possiamo essere designer delle nostre vite, contribuendo a un mondo più equo e rispettoso.



Nel libro si nota molta sincerità e volontà di essere estremamente trasparente. Dove trova la forza e la speranza che le fa capire che davvero si può ancora cambiare qualcosa?

Il cambiamento è qualcosa che vedo tutti i giorni, intorno a me. Ogni giorno, in tante piccole azioni, in chi decide di agire e di contribuire, c'è una spinta che mi dà forza e speranza. Credo che chi ha il privilegio di poter scegliere, oggi più che mai, abbia anche la responsabilità di farlo, di agire, di mettere in pratica i propri valori. La possibilità di fare la differenza è nelle mani di tutti, e non possiamo ignorarla. Nonostante le difficoltà e la negatività che ci circondano, ci sono

ancora enormi bellezze per cui vale la pena combattere.

Il cambiamento è possibile, anche quando sembra lontano o difficile. Poco dopo l'uscita di JUNK ho incontrato un ragazzo ghanese che non sapeva cosa stesse succedendo nel suo paese finché non ha visto la nostra docu-serie. Quello che ha visto lo ha profondamente scosso, ma anche ispirato a cambiare. Ha deciso di avviare una start-up per contribuire concretamente a risolvere i problemi che aveva appena scoperto. È una testimonianza di come la consapevolezza possa aprire nuove strade e dare il coraggio di cambiare, non solo per sé stessi, ma anche per gli altri. Credo fermamente che non possiamo cambiare ciò che non vediamo. La consapevolezza è il primo passo per il cambiamento.

Dopo tutto ciò che lei fa attivamente ormai da anni, ci sono stati periodi nei quali avrebbe voluto abbandonare tutto vendendo tanta disumanità e ingiustizia?

Sì, ci sono stati momenti difficili in cui mi sono sentito sopraffatto. La consapevolezza delle enormi ingiustizie sociali

• “FUORIMODA!” IL NUOVO LIBRO DI MATTEO WARD

e ambientali può pesare moltissimo, soprattutto quando senti che il cambiamento è troppo lento o ostacolato da interessi economici. Ma è proprio in questi momenti che mi ricordo perché ho iniziato: perché c'è bisogno di mettere in discussione lo status quo e costruire un futuro migliore. È una lotta costante, ma ogni piccolo progresso mi ricorda che vale la pena continuare.

Lavora per Fashion Revolution ormai da anni e proprio quest'anno compie il decimo anniversario. Com'è entrato in contatto con questa realtà e con la coordinatrice di Fashion Revolution Italia, Marina Spadafora?

Ho conosciuto Fashion Revolution poco dopo il crollo del Rana Plaza, un evento che per me ha segnato un "prima" e un "dopo" nella moda. Con Marina Spadafora, è stato un incontro naturale: condividiamo la stessa visione di un'industria della moda più giusta e responsabile. Da allora abbiamo collaborato per portare avanti progettieducativi e di sensibilizzazione, convinti che il cambiamento parta dalla consapevolezza.

Nelle scorse settimane sono state pubblicate delle nuove previsioni del mercato del fast fashion e purtroppo è prevista una crescita senza sosta. Come reagisce dopo notizie del genere?

Con un mix di frustrazione e determinazione. Il fast fashion è il sintomo di un sistema economico che privilegia il profitto a breve termine a discapito delle persone e del pianeta. Ma non basta criticare: dobbiamo offrire alternative concrete e fare pressione affinché i consumatori e i legislatori spingano per un cambiamento. Non è un percorso facile, ma ogni passo avanti conta.

Numerosi studi e dimostrazioni scientifiche confermano che la crisi climatica sta portando a risultati spesso senza un ritorno. Perché crede che ancora non ci sia la prontezza da parte del consumatore e del produttore di cambiare regole per andare avanti?

Perché il cambiamento richiede coraggio e sacrificio, due cose che molte aziende e persone cercano di evitare. Il sistema è costruito per incentivare il consumo e la crescita a tutti i costi. Fino a quando non rivedremo queste priorità – redistribuendo ricchezza e mettendo la giustizia sociale ed ecologica al centro – il cambiamento sarà troppo lento.

Quando crede che ci sarà una consapevolezza maggiore per tutte le grandi industrie sul tipo di produzione?

Quando le normative lo renderanno inevitabile. La consapevolezza sta crescendo, ma serve una spinta legislativa per trasformarla in azione concre-



ta. Spero che le nuove direttive europee sull'ecodesign e l'anti greenwashing possano essere un punto di svolta.

Il mercato del second-hand si mostra sostenibile, ma negli ultimi anni degli studi hanno dimostrato quanto anche siti internet di rivendita contribuiscano al consumismo. Cosa ne pensa al riguardo?

Il second-hand è un'ottima opportunità per allungare la vita dei capi, ma come ogni modello, può essere corrotto dal consumismo. Se l'acquisto di usato diventa solo un altro modo per comprare compulsivamente, perdiamo il valore reale del riutilizzo. Dobbiamo educare le persone a ridurre, non solo a comprare "diversamente".

Nel libro scrive che tra i ragazzi nota la voglia di liberarsi dalla dipendenza del consumo. Cosa vede invece nelle generazioni precedenti?

Le generazioni precedenti

• “FUORIMODA!” IL NUOVO LIBRO DI MATTEO WARD

sono spesso più legate all'idea di "status" legata al consumo. Tuttavia, vedo anche un crescente interesse da parte loro verso scelte più consapevoli, spesso ispirate dai giovani. Il cambiamento è intergenerazionale, ma è chiaro che i giovani hanno una spinta unica verso il cambiamento.

Come descrive ciò che ha vissuto e documentato nella docuserie “Junk”?

"Junk" è stata un'esperienza trasformativa. È difficile descrivere l'impatto emotivo di ciò che abbiamo visto: sfruttamento, devastazione ambien-

tale, vite distrutte. Ma è anche stata una lezione di resilienza. Le persone che ho incontrato mi hanno mostrato cosa significa davvero lottare per la giustizia.

È rimasto in contatto con le persone conosciute in questi viaggi di documentazione che stanno cercando di cambiare le condizioni dei lavoratori e del territorio?

Sì, resto in contatto con molte di loro. Le loro storie e il loro impegno sono una costante fonte di ispirazione. Supportarli e amplificare le loro voci è parte del mio lavoro.

Nel libro afferma che aver chiesto a delle donne e ragazze bangladesi “hai avuto paura?” fosse una domanda per lei stupida. Lei, invece, ha avuto paura per le persone e il territorio del Bangladesh e in generale delle conseguenze che l'industria della moda sta portando?

Sì, ho avuto paura. Paura di ciò che sta accadendo e di ciò che potrebbe accadere se non agiamo. Ma quella paura è anche un motore. Mi spinge a fare di più, a non rassegnarmi all'idea che questo sistema sia immutabile.

