

## Fashion Pact G7

### Un Patto tra gli Attori della Moda a favore del Clima, della Biodiversità e degli Oceani

L'industria del fashion è tra le realtà economico-produttive che oggi più gravano sull'ambiente.

**La lotta contro il cambiamento climatico non può non tenere conto di questo settore**, poiché è solo a partire da un approccio più responsabile da parte di consumatori e produttori che le cose possono e devono cambiare.

La corsa all'ultimo trend e l'**eccessivo consumismo** spingono ad acquistare sempre più accessori e indumenti (più di quanti ne abbiamo bisogno). Questo tipo di atteggiamento ha **due principali conseguenze** : da un lato spinge le industrie operanti nel settore, specie quelle del fast fashion, ad **aumentare i ritmi di produzione a discapito di lavoratori e ambiente**; dall'altro produce una **quantità spropositata di rifiuti**, ovvero vestiti e capi di abbigliamento che siamo disposti a gettare pur di far spazio e nuova merce.

**Gli indumenti sono tra i rifiuti più difficili da riciclare** e spesso, proprio perché lo scopo principale è quello di produrre (sacrificando la qualità per la quantità), sono realizzati con materiali e tessuti sintetici che sono altamente dannosi per l'ecosistema.

Con lo scopo di **attutire i danni** e trovare una soluzione comune a questo problema, dunque, è nato il **Fashion Pact**. Si tratta di un patto fortemente voluto dal presidente francese Macron che, alla vigilia del G7, ha affidato a François-Henri Pinault, presidente e ceo del gruppo Kering, da sempre in prima linea sul fronte sostenibilità, il compito di riunire le più grandi aziende di moda e coinvolgerle in un **progetto per la salvaguardia del pianeta**.

L'obiettivo del Fashion Pact è quello di promuovere, migliorare e rafforzare la cooperazione tra società private e stati nazionali, sulla base di quelli che sono i principi promossi dall'iniziativa iniziativa Science-Based Target, per una Corporate Climate Action efficace. Il Fashion Pact nello specifico punta a :

- **arrestare il riscaldamento globale;**
- **ripristinare la biodiversità;**
- **proteggere gli oceani.**

Fino ad ora le aziende che lo hanno firmato il patto sono 32:

Chanel, H&M Group, Hermes, Inditex, Karl Lagerfeld, Ruyi, Salvatore Ferragamo, Selfridges Group, Stella McCartney, Tapestry, Ermenegildo Zegna, Carrefour, Everybody&Everyone, Fashion3, Fung Group, Galeries Lafayette, Gap, Giorgio Armani, Kering, La Redoute, Adidas, Burberry, Bestseller, Capri Holdings Limited (Versace, Michael Kors, Jimmy Choo), Matchesfashion.com, Moncler, Nike, Nordstrom, Prada Group, Ralph Lauren, Puma, Pvh (Calvin Klein, Tommy Hilfiger).

I brand coinvolti ad oggi sono 32, da quelli di lusso a quelli operanti soprattutto nel fast fashion, ma la firma dell'accordo è aperta a tutti.

Le aziende italiane, in questo elenco, non potevano mancare: «La nostra adesione al Fashion Pact - ha commentato **Carlo Mazzi, presidente di Prada Spa** - è la naturale prosecuzione dell'impegno, in tema di sostenibilità, già da tempo profuso dal Gruppo Prada con iniziative in campo ecologico, culturale e sociale. L'attuale possibilità di condividere tali obiettivi con altre grandi aziende del settore costituisce una **concreta speranza di poter ottenere un risultato positive** in un compito che nessuno da solo potrebbe assolvere». Pochi mesi fa, al Luxury Summit del Sole 24 Ore, proprio il presidente del gruppo Prada aveva confermato che l'azienda dal 2021 impiegherà solo nylon rigenerato.



Tra le 32 aziende c'è anche **Ferragamo**, che fino a marzo 2020 ospiterà al Museo Ferragamo di Firenze la mostra “Sustainable Thinking” proprio a sottolineare l'importanza del tema: «Per la prima volta diversi importanti attori del settore della moda potranno unire le proprie forze per affrontare in modo concreto le principali sfide ambientali del nostro secolo - ha commentato Ferruccio Ferragamo, presidente - Soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri è una grande sfida che ci deve vedere tutti coinvolti».

Un'altra realtà italiana che da oggi è nell'alleanza per la difesa dell'ambiente è **Moncler**: «Il valore delle collaborazioni e dell'energia generata da esperienze diverse con obiettivi comuni, è qualcosa in cui credo molto, da sempre. E non solo in ambito creativo - ha commentato Remo Ruffini, presidente e amministratore delegato -. Da molti anni in Moncler ci impegniamo per uno sviluppo responsabile e sostenibile. Un percorso che ci porta ogni giorno a riflettere sulla portata delle nostre decisioni e a cercare con determinazione soluzioni e risposte che a volte ancora non abbiamo».

Gli obiettivi del Fashion Pact – che è aperto anche ad altre aziende - si basano su quelli dell'iniziativa Science-Based Target (SBT1) : l'idea è quella di rafforzare la collaborazione tra le società private e gli Stati nazionali per affrontare le sfide ambientali contemporanee e future.

Per consultare il rapporto completo cliccare qui :

[Fashion Pact – G7](#)

