

Moda sostenibile: ruoli e sfide nello sviluppo delle collezioni

Autori: Erica Corbellini, Riccardo Filippi Cocetta¹

Progetto realizzato all'interno del progetto MUSA – Multilayered Urban Sustainability Action, finanziato dall'Unione Europea – NextGenerationEU, PNRR Missione 4 Componente 2 Linea di Investimento 1.5: Creazione e rafforzamento degli “ecosistemi dell’innovazione”, costruzione di “leader territoriali di R&S”

Page | 1

Lo sapevi che la moda è una delle industrie più inquinanti al mondo?

Ma c’è un momento cruciale in cui è possibile fare davvero la differenza: il processo di sviluppo della collezione stagionale. È qui che prendono forma le scelte più impattanti – dai materiali ai colori, dai modelli ai volumi di produzione.

1. Il processo di sviluppo di una collezione e le sue criticità ambientali

Per aiutarti a capire come funziona questo processo e dove si nascondono le principali aree di spreco, abbiamo preparato una tabella che ripercorre le fasi chiave della creazione di una collezione, dall’input creativo alla produzione del capo. Per ciascuna fase, troverai il risultato atteso, i ruoli coinvolti e i punti critici da osservare con attenzione in ottica di sostenibilità.

FASE	RISULTATI DELLA FASE	RUOLO RESPONSABILE	INEFFICIENZE E SPRECHI
Input creativo	Mood board e tema della collezione	Design + Merchandising	Rischio disallineamento con il mercato; idee non validate = collezione poco vendibile
Scelta di filati e tessuti	Campioni di filati/tessuti testati e selezionati	Design + Product + Merchandising	Spreco di campioni inutilizzati o scartati; scelta errata = invenduto
Scelta dei colori	Cartella colori definitiva	Design + Merchandising + Laboratori esterni	Test su tessuti = sprechi se i colori non funzionano o non piacciono
Design della collezione	Bozzetti dei capi	Design + Merchandising	Errori nei bozzetti = prototipi inutili; scarsa coerenza col mercato = invenduto
Prototipazione	Test dei prototipi	Design + Artigiani (modellisti, sarti, magliai)	Alti sprechi per errori, modifiche, prove su materiali costosi
Campionario	Collezione per showroom e vendite	Design + Merchandising + Produzione	Eccesso di modelli o colori; modelli eliminati last-minute = sprechi
Produzione	Capi finali per clienti e retail	Produzione + Façon + Retail	Errori previsionali = eccessi o carenze; trasporti inutili; ordini minimi imposti = scorte non utilizzate

Fonte: gli autori

¹ Erica Corbellini è Lecturer di Management presso l’Università Bocconi, Filippo Cocetta è un alunno dell’Università Bocconi.

In sintesi, dove si nasconde l'impatto ambientale maggiore? Nei dettagli che spesso sfuggono: prototipi scartati, tessuti ordinati ma mai utilizzati, previsioni sbagliate sulla domanda, trasporti inutili e materiali impossibili da riciclare. Sono proprio questi i punti critici su cui intervenire per rendere la moda davvero sostenibile.

2. Come la sostenibilità può cambiare ruoli e competenze nello sviluppo prodotto

Page | 2

Per rendere davvero sostenibile il sistema moda, non basta una *capsule* “green” o un packaging riciclato: ogni reparto deve ripensare il proprio ruolo, aggiornare le competenze e abbracciare nuove tecnologie. È una grande sfida per le aziende moda! Nella prossima sezione trovi alcune linee guida concrete su come le diverse funzioni possono evolvere in ottica sostenibile.

Design e sviluppo prodotto

I creativi non possono più limitarsi all'estetica. Oggi devono:

- Conoscere materiali sostenibili, eco-design e principi di riciclabilità;
- Utilizzare software 3D per ridurre i prototipi fisici e gli scarti;
- Formarsi su fibre riciclabili, monomateriali e tecniche low-waste.

Merchandising

Il focus non è più solo vendere. Chi struttura l'architettura di collezione in termini di prezzo, marginalità e allineamento rispetto alle richieste del mercato deve:

- Guidare le scelte sostenibili, chiedendo l'uso di materiali riciclati;
- Imporre obiettivi chiari su riduzione degli sprechi;
- Conoscere materiali innovativi e i loro impatti ambientali.

Produzione

Qui si gioca una grande parte dell'efficienza (e dell'impatto). È necessario:

- Applicare le tecniche di *lean management* per tagliare gli sprechi;
- Rafforzare il legame con i faconnisti (cioè i laboratori esterni ai quali vengono esternalizzate fasi di lavorazione), monitorando il rispetto degli standard ambientali;
- Investire in tecnologie digitali per ottimizzare taglio tessuti, ridurre trasporti e migliorare le previsioni.

3. Quali sono i tre pilastri di una moda sostenibile?

Per rendere la moda davvero sostenibile, servono azioni concrete e strategie intelligenti. Ecco tre leve fondamentali:

1. Modelli permanenti

Non tutto deve cambiare ogni stagione. I capi iconici, sempre presenti in collezione, sono immuni dalle mode passeggiere, pensati per durare. Capi più prevedibili nella domanda → meno rischi di invenduto; meno prototipi e meno rifiuti = più sostenibilità; la produzione diventa più efficiente,

specializzata e di alta qualità.

2. *Innovazione tecnologica*

La tecnologia è un alleato chiave per ridurre impatti ambientali: software 3D, CAD e taglio laser permettono di progettare meglio, riducendo errori e materiali sprecati. Ma le nuove tecnologie richiedono anche nuove competenze e investimenti in formazione tecnica.

Page | 3

3. *Valorizzazione degli artigiani*

Gli artigiani che collaborano con le aziende sono il cuore della moda di qualità, ma spesso invisibili. Per una moda sostenibile, è fondamentale proteggere il loro sapere, tramandandolo alle nuove generazioni. È poi necessario coinvolgerli fin dalle prime fasi di sviluppo prodotto: conoscono i materiali, evitano errori, riducono gli sprechi. Per assicurare la sopravvivenza degli artigiani è necessario investire in formazione, eventi nelle scuole e partnership con istituti tecnici per attrarre i giovani. Infine, occorre garantire loro una giusta retribuzione e dignità professionale.

4. **Verso una cultura aziendale sostenibile e un'economia circolare**

La sostenibilità non può più essere trattata come un'iniziativa speciale o una collezione "green" da mettere in vetrina. Deve entrare nel cuore della cultura aziendale, diventare un modo di pensare e agire quotidiano. Tutti, a ogni livello, devono sentirsi parte del cambiamento: dallo stilista che sceglie i materiali al responsabile produzione che organizza la filiera, fino all'addetto alla logistica che può ottimizzare gli imballaggi e i trasporti. Per rendere tutto questo possibile, servono strumenti che parlino davvero alle persone: corsi pensati su misura per i diversi ruoli, giornate aziendali dove confrontarsi sul tema della sostenibilità, momenti di condivisione e persino dinamiche di gioco per rendere l'apprendimento più coinvolgente.

Un punto chiave di questa trasformazione culturale è il passaggio verso la moda circolare. Significa pensare al ciclo di vita del prodotto fin dal primo bozzetto. Un designer, oggi, non può più chiedersi solo "come sarà bello questo capo?", ma deve anche domandarsi "come sarà smaltito?" o "potrà essere riparato, riciclato, riutilizzato?". È qui che entrano in gioco i monomateriali, i tessuti riciclati e quelli biodegradabili. Al contrario, i capi fatti con miscele complesse – come il classico cotone mescolato al poliestere – sono difficili da separare e riciclare e finiscono spesso in discarica. Anche offrire istruzioni chiare per la cura del capo o servizi di riparazione può fare la differenza: un jeans che dura dieci anni pesa meno sull'ambiente di uno che rimane nell'armadio per solo sei mesi.

Questo approccio non è solo auspicabile: sta per diventare obbligatorio. L'Unione Europea, con la sua strategia per il 2030, ha messo nero su bianco obiettivi precisi. I capi che circoleranno nel mercato europeo dovranno essere durevoli, riparabili, riciclabili, senza sostanze tossiche e in gran parte composti da fibre riciclate. Il cambiamento è in corso. La vera sfida è far sì che sia vissuto, prima di tutto, dalle persone che ogni giorno fanno la moda.