

Direttore Responsabile
Silvia HuenDiffusione Testata
79.621

BCCO TENDENZE

CHE COS'È
LA SOSTENIBILITÀ

Una moda attenta al proprio impatto sull'ambiente e alle condizioni dei lavoratori. È questo, in estrema sintesi, il concetto che sta alla base della moda sostenibile. Un movimento che, a partire dagli Anni 90, ha coinvolto sempre più aziende, tra grandi colossi e brand di nicchia, con l'obiettivo di **correggere i comportamenti** di un'industria tra le più inquinanti e preparare la strada per un futuro più responsabile.

NON È UN PUNTO D'ARRIVO

Un percorso per cui è stato fatto molto, ma su cui c'è ancora tanto da fare, come spiega Marco Ricchetti, economista e consulente di aziende tessili e abbigliamento in termini di sostenibilità. «Non si può parlare di moda sostenibile tout court. La sostenibilità non è un punto d'arrivo, ma un percorso. Un marchio può essere, infatti, più sostenibile del passato perché ha adottato delle misure come il taglio delle sostanze chimiche o progetti di welfare per i suoi lavoratori, ma sicuramente meno sostenibile di quanto possa essere in futuro».

voglio una
moda gre

È attenta alle fibre

Nel 2014 cresce l'utilizzo da parte dei colossi dell'abbigliamento di **cotone organico**, coltivato cioè con metodi a basso impatto ambientale senza pesticidi e sostanze tossiche (per il cotone non bio si utilizza il 22% di insetticidi a livello mondiale) e senza sementi geneticamente modificate. Tra il 2013 e il 2014 la produzione mondiale è aumentata del 10% e si stima un'ulteriore crescita nel 2015 del 20%.

* E se l'utilizzo di cotone organico aumenta, non diminuisce anche quello di **fibre riciclate**. Sono sempre di più le collezioni realizzate in poliestere derivante dalle bottiglie di plastica riciclate, che riduce la dipendenza dal petrolio come fonte di materie prime e le emissioni tossiche degli inceneritori, così come in cotone riciclato grazie ai programmi di "smaltimento" di vecchi indumenti in molte catene in cambio di buoni sconto.

L'iniziativa

Il gruppo svedese H&M è stato tra i primi a promuovere iniziative per rendere più sostenibile la sua moda. Secondo il Sustainability report del 2014, le collezioni sono realizzate per il 21% in cotone organico e per il 14% con materiali sostenibili come il Tencel, la canapa organica e la lana riciclata. Lo scorso anno ha raccolto 7.600 tonnellate di indumenti usati, realizzando la prima collezione con il 20% in cotone riciclato.

Limita l'uso di
sostanze chimiche

L'industria della moda è tra le più inquinanti al mondo. Nelle varie fasi di produzione, dalla tintura ai finissaggi, infatti, sono impiegate molte sostanze chimiche tossiche, che sono scaricate nelle acque contaminandole e causando **effetti negativi** sull'uomo, sulle acque e sull'ambiente.

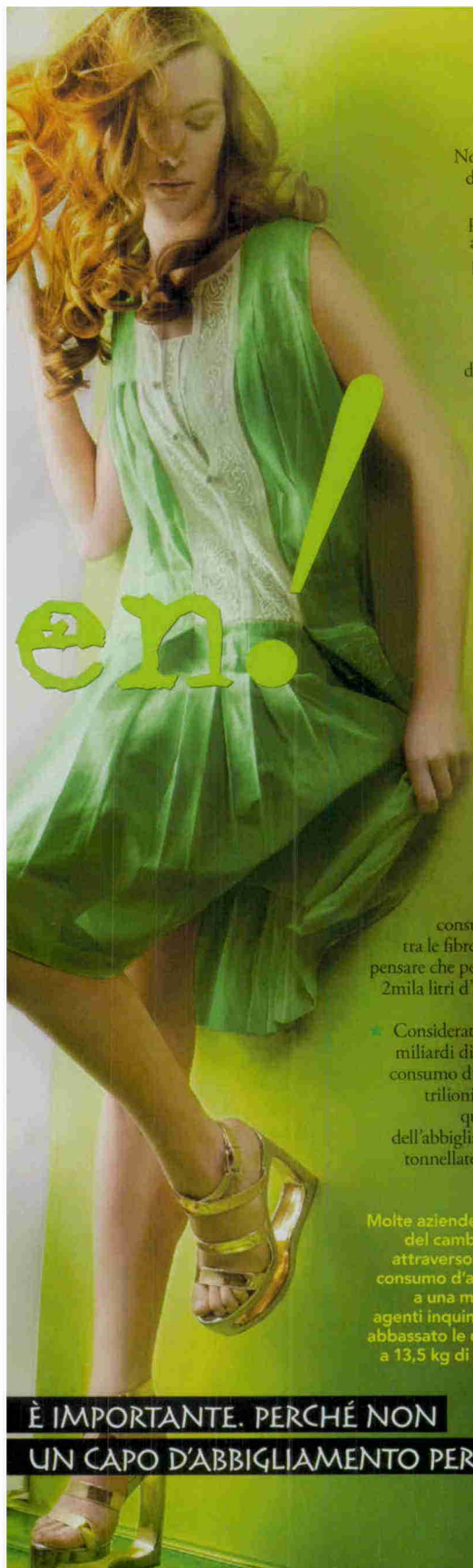
L'iniziativa

A contribuire al cambiamento delle politiche di molte aziende fashion è stata la campagna Detox fashion di Greenpeace, che ha stimolato l'industria della moda a lavorare per eliminare le sostanze pericolose anche con i propri fornitori e comunicando questi risultati ai consumatori. Secondo l'ultimo report, i migliori sono stati colossi come Adidas, Benetton, Inditex, Mango, Puma e Valentino; pollice verso, invece, per Armani, Diesel, Versace e Hermès.

Etica, verde, ecologica, responsabile. Tutti termini sempre più spesso associati alla moda, un'industria che è tra le più inquinanti al mondo e che sta lavorando per ridurre il proprio impatto sull'ambiente. Ma quando un capo può essere considerato davvero "sostenibile"?

92 viversaniebelli

→ ESSERE INFORMATI, IN QUESTO AMBITO,
BASTA OSSERVARE E TOCCARE



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

en.

Pensa agli animali

Non passa fashion week senza una protesta da parte degli animalisti. Con la richiesta sempre maggiore di accessori in pelli pregiate come scarpe e borse o di pellicce anche in stagioni come l'estate, è difficile pensare a una moda sostenibile anche da questo punto di vista.

★ In realtà, però, sono molti i grandi gruppi del lusso che hanno aderito a **programmi contro i maltrattamenti** degli animali, come per esempio l'utilizzo di pellami provenienti dall'industria alimentare o piume prelevate non da animali vivi. Una regolamentazione garantita anche dal programma "Animal welfare 2012-2015" dell'Unione Europea.

L'iniziativa

C'è chi ritiene che il lusso possa essere accattivante anche se 100% vegano. Parola di Stella McCartney, figlia del Beatles Paul e stilista di fama internazionale. Dal 2001 ha scelto di rendere il suo marchio completamente animal friendly, senza utilizzare pelle o pellicce nelle sue collezioni ma eco-pellami realizzati al 50% con olio vegetale.

Riduce il suo impatto ambientale

L'industria della moda è il terzo consumatore di **acqua** nel mondo. Il cotone è tra le fibre che ne richiede maggiori quantità; basti pensare che per realizzare una camicia si sprecono oltre 2mila litri d'acqua. In Italia l'industria della moda ha consumato oltre 5.300 milioni di kwh.

★ Considerato che il settore tessile globale produce 60 miliardi di chili di tessuti, si stima sia necessario un consumo di oltre mille miliardi di kwh e tra i 6 e i 9 trilioni di acqua. Processi che rilasciano enormi quantità di CO₂ nell'atmosfera: l'industria dell'abbigliamento negli Usa produce una delle 19,8 tonnellate di **anidride carbonica** emesse nell'aria.

L'iniziativa

Molte aziende tessili italiane si sono fatte portavoce del cambiamento. Una di queste è Canepa che, attraverso il progetto Savethewater, ha ridotto il consumo d'acqua fino a 300 litri per pezza rispetto a una media di 3mila, diminuito fino al 70% gli agenti inquinanti e il 90% del consumo di energia e abbassato le emissioni di CO₂, fino al 90%, portando a 13,5 kg di anidride carbonica per chilo di tessuto in meno emessi in atmosfera rispetto a un processo tradizionale.

Protegge l'artigianato

Salvaguardare l'artigianato e il fatto a mano è il nuovo motto anche di molti gruppi della moda, in particolare della fascia lusso. La crisi economica negli ultimi anni ha spazzato via centinaia di piccole e medie imprese dedicate a lavorazioni artigianali di nicchia, il cui know how rischia di essere perduto per sempre.

★ Un rischio che le maison d'alta moda, come Fendi o Bottega Veneta, hanno deciso di non correre, investendo nei **laboratori fornitori**, finanziando **scuole** d'artigianato e assumendo nuovo personale nei propri atelier.

L'iniziativa

Il primo marchio eco-etico di lusso italiano si chiama Cangiarì (in dialetto calabrese "cambiare"). Nato dal consorzio sociale **Goel che combatte contro la 'ndrangheta**, ha fatto delle lavorazioni al telaio a mano tipiche dell'antica tessitura calabrese il suo punto di forza. Nel 2011 ha inaugurato uno showroom a Milano in un locale confiscato alle mafie.

Rispetta i lavoratori

La tragedia del Rana Plaza, un edificio a Savar (Bangladesh) il cui crollo il 24 aprile 2013 ha causato la morte di oltre mille persone e il ferimento di altre 2.500 che lavoravano per i più importanti gruppi della moda internazionale, ha aperto gli occhi sullo **sfruttamento** di molti lavoratori nei Paesi in via di sviluppo, costretti a operare in strutture pericolanti senza le minime precauzioni, a ritmi di 80-90 capi all'ora per uno stipendio annuo sui 400 dollari.

★ Attraverso il "Bangladesh accord on fire and building safety" sono state effettuate decine di ispezioni, rivelatesi uno strumento critico importante per le aziende. A giugno le famiglie delle vittime sono state risarcite con oltre 30 milioni di dollari attraverso il Rana Plaza trust fund.

L'iniziativa

La Vaniglia del Madagascar racchiude uno dei principi attivi di una crema di Chanel. Per garantirsi la sua produzione il marchio francese, in collaborazione con la ong **Ladakh society for traditional medicines**, ha dato vita a una filiera virtuosa, formando la popolazione alla coltivazione e finanziando il laboratorio di ricerca, la mensa che offre 900 pasti al giorno e un centro medico.

Servizio di Alessia Lucchese.
Con la consulenza del professor Marco Ricchetti, economista, esperto di sostenibilità nell'industria della moda e del design e fondatore di sustainability-lab.net.

È IMPORTANTE. PERCHÉ NON

UN CAPO D'ABBIGLIAMENTO PER CAPIRE SE È DAVVERO "AMICO" DELLA NATURA

viversaniebelli 93