

Riuso, riciclo, biologico, ambiente

di Patrizia Cancelli
IL BELLO E IL BUONO

LE RAGIONI
DELLA MODA SOSTENIBILE
a cura di **Maria Luisa Frisa**
e Marco Ricchetti,
pp. 236, € 35,
Marsilio, Venezia 2011



È ormai cambiato il modo di intendere la vita e la cultura: la sostenibilità è diventata l'approccio privilegiato per affacciarsi al quotidiano, sotto ogni aspetto, e a questo profondo mutamento non sfugge nemmeno il *fashion system*; il mondo della moda si sta adeguando alla nuova filosofia, senza però rinunciare alle proprie valenze estetiche e simboliche. *Il bello e il buono* costruisce infatti, attraverso *case histories* e saggi di studiosi di diverse discipline, un discorso legato alla sostenibilità e alla responsabilità da parte delle aziende di moda.

I curatori del volume analizzano le figure dei vari *stakeholders* (cioè clienti, fornitori, consumatori, lavoratori, azionisti, media e pubblica amministrazione) e il rapporto che intercorre tra loro, nei diversi comportamenti responsabili-sostenibili e nella redditività che da essi può derivare, auspicando una moda evoluta che porti a responsabi-

lità sociale, brand sostenibili, attenzione all'impatto ambientale, riuso di materiali, riscoperta di artigianalità e qualità durevole.

Il volume indaga anche i comportamenti del consumatore, con analisi effettuate sul web e da esperti, all'interno di uno schema in cui sono messi in luce i modelli di consumo, le tipologie dei consumatori e le fasce di prodotti acquistati. Importante è il

capitolo dedicato alle certificazioni, che da Sa8000 a Ica, da Ecolabel alla filosofia *Cradle to cradle*, hanno definito una serie di linee guida per controllare l'intera filiera dell'industria tessile, per rivendicare i diritti del lavoratore e per tutelare il consumatore. L'accento viene posto anche sulla necessità di un codice, non ancora redatto, volto sia a informare il consumatore che a renderlo

consapevole dei propri acquisti. Il catalogo conclusivo prende in esame significative esperienze di marchi sostenibili e di nuove pratiche nell'abbigliamento: *Carmina Campus* ad esempio, creato nel 2006 da Ilaria Venturini Fendi, è un marchio di alta moda che utilizza materiali di riuso e riciclo. Il progetto del 2010 *By Gentucca Bini*,

invece, propone nuovi interventi sartoriali per modificare un indumento usato. Pietra Pistoletto, dal 1994, fa del riciclo di materiali e

della rielaborazione di scarti industriali il punto chiave del proprio lavoro. *Cangiari*, consorzio sociale locale con sede nella Locride, opera nei territori confiscati dalla mafia realizzando capi *made in Italy* che utilizzano la tradizione artigianale e i tessuti biologici. *From somewhere*, brand londinese nato da Orsola De Castro e Filippo Ricci, dal 1997 realizza capi con materie prime di alta qualità ma di seconda mano. *Asap (as sustainable as possible)*,

laboratorio dedicato alla ricerca sul prodotto, crea capi che riducono lo spreco e puntano su fibre naturali e selezionate. La sostenibilità richiede lo sviluppo di nuove modalità di cooperazione tra i vari *stakeholders*: un percorso sostenibile necessita di investimenti e trasformazioni nella struttura organizzativa dell'impresa, oltre che la trasparenza nei vari passaggi della produzione, con vantaggi a lungo termine che portano a sviluppare e a rafforzare la credibilità del brand. La sostenibilità, dunque, conviene? E soprattutto, sarà possibile realizzare una moda che sia davvero sostenibile? ■

P. Cancelli realizza e organizza progetti presso Connecting Cultures