

Tendenze

Stilisti,
la sfida
è sul green

FEDERICO POLETTI

Oggi più che mai si parla di sostenibilità e non solo nella moda. Una tendenza che abbraccia tipologie di prodotti anche molto diversi, dall'abbigliamento agli accessori, passando per la cosmesi, fino all'interior design. Per capirne l'importanza basti pensare che, secondo l'Indagine Congiunturale di Cosmetica Italia, il solo mercato dei cosmetici green vale 950 milioni di euro, pari al 9 per cento del fatturato totale del settore cosmetico. Un tema sempre più discusso anche nell'ab-

bigliamento. Non a caso durante la settimana della moda milanese di settembre, uno dei più importanti eventi è stato dedicato ai Green Carpet Fashion Awards Italia, organizzati dalla Camera Nazionale della Moda Italiana, in collaborazione con Livia Firth, founder e direttore creativo di Eco-Age. Citadellarte - Fondazione Pistoletto ha organizzato "Le stanze della moda sostenibile", una mostra-evento che ha raccontato attraverso installazioni, capi di moda e performance come l'industria della moda possa essere organismo virtuoso per impatto sociale



e ambientale. La riflessione sulla moda eco-friendly parte dalla filiera produttiva: filatori, tessitori, tintori, ma anche allevatori, agricoltori e l'industria chimica, tutti elementi di una macchina globale che impatta sia sulla vita di singole comunità, sia dell'intero pianeta come ecosistema. E il sistema moda italiano è tra i più ricettivi, come dimostra l'inchiesta condotta dall'agenzia di Klaus Davi, che sta sostenendo una campagna a favore del "made in", in occasione di LineaPelle, fiera mondiale che riunisce oltre 1.290 aziende. Già il 29,1 per cento delle aziende italiane di tessile, abbigliamento, pelli e calzature investe nel green (Unioncamere).

Quasi il 60 per cento degli italiani cerca un capo d'abbigliamento eco-friendly (ricerca Global Lifestyle Monitor). Commenta Klaus Davi: «In Italia i controlli normativi e la tracciabilità sui processi produttivi, che non devono essere inquinanti, sono molto rigorosi». Tra i materiali ecologici più apprezzati ci sono pelli, gomma, tessuti, canapa, cotone biologico, carta riciclata, fibre organiche, lino biologico, seta, lana riciclata, juta e bambù. In Italia tra le prime aziende a scommettere sulla sostenibilità è stata "Carmina Campus", marchio di borse di Ilaria Venturini Fendi. Altro caso è "Cangiari" ("cambiare" in idioma calabrese) marchio di moda etica fondato dal consorzio Goel, una comunità di riscatto guidata da Vincenzo Linarello. Cangiari non solo ha recuperato l'antica tradizione della tessitura calabrese, ma ha anche offerto opportunità alle nuove generazioni di donne. Spazio alla sperimentazione con Orange Fiber, una fibra tessile ottenuta dalle bucce degli agrumi che, oltre ad essere al 100 per cento ecologica, rilascia vitamina C benefica per l'organismo. Un successo in crescita, grazie alla fiducia di maison come Ferragamo, che ha sposato questo progetto.

E anche la calzatura non è da meno con il marchio di scarpe vegan e cruelty free Nemaniti Milano, che realizza i suoi modelli in materiali dai più tradizionali come lino, cotone cerato e legno, a materiali più innovativi come l'Alcantara a zero emissioni di CO2 e l'ecopelle. La collezione primavera-estate 2018 vede impiegate la pellemela, ottenuta dai torsoli delle mele. Non solo brand come Armani e Gucci scelgono di non utilizzare più pellicce di animali, ma anche colossi del fast fashion, come H&M e Mango, scommettono sempre più sulla sostenibilità. Conclude Eleonora Fiorani, saggista e membro del comitato scientifico della Triennale per la moda: «Anche il design della moda è sempre più coinvolto nell'impronta ecologica e sostenibile. Alle tre R: riuso, riciclo, riduzione, si affiancano altri valori e scenari progettuali che mettono in primo piano la qualità della vita, il benessere, la poesia e la bellezza della cose».

© RIPRODUZIONE RISERVATA