

attualità
moda sostenibile

La green economy è di moda

di Aurora Magni

Leggere il **rapporto "Green Italy 2012"** realizzato da **Symbola** e Unioncamere e pubblicato nel novembre scorso è un'esperienza utile, ma anche di quelle che fanno bene al cuore. Senza pretendere di dare ricette, lo studio indica **un percorso anti crisi che passa attraverso la green economy** e lo fa anche attraverso le storie e le esperienze delle imprese analizzate

Il rapporto "Green Italy 2012", realizzato da **Symbola** e Unioncamere, è la fotografia del dinamismo progettuale e produttivo di una parte importante del nostro sistema economico che non ha rinunciato a essere impresa e nel contempo mostra come si sia passati da un'ecologia della testimonianza all'attuazione di principi eco sostenibili in processi economici reali. È bene tenere presente – ci tengono a precisare i ricercatori in premessa – che non stiamo parlando di un fenomeno marginale: sono circa 360mila le aziende italiane che negli ultimi tre anni hanno investito in tecnologie e approcci produttivi green, perché, per dirla con le parole degli autori, "investire nella green economy appare sempre più una scelta di

competitività come di etica, una necessità per tenere il passo del mondo che cambia".

L'IDENTIKIT DELL'AZIENDA GREEN

Leggendo il rapporto si avverte la trasversalità della cultura della sostenibilità: non ci sono settori produttivi più green di altri ma in ognuno dei comparti analizzati si registrano eccellenze, sperimentazioni importanti, risultati tangibili e quantificabili in riduzione dei consumi energetici o contenimento dell'impatto ambientale delle lavorazioni. E non è necessario essere imprese di grandi dimensioni (anche se aiuta), ci sono infatti piccole e medie imprese in grado di raccontare esperienze interessanti

e trasferibili. Infine, nemmeno la distribuzione geografica emerge come elemento distintivo. Altri elementi accomunano invece le imprese della green economy: si tratta di imprese che investono in innovazione e ricerca, che si mettono alla prova su scenari internazionali, che operano in rete e in sinergia con altre realtà produttive e progettuali. E, dato che forse più di altri fa notizia, sono imprese che assumono dipendenti e attirano collaborazioni.

IL SETTORE TESSILE È GREEN?

Seppure non manchino le esperienze aziendali degne di



Il tessile è un settore in grado di incidere sul territorio ridisegnando nuove filiere agro-industriali

nota, il rapporto non assegna il premio del comparto più green al tessile/moda che mantiene purtroppo una bassa propensione a investire in tecnologie green (11,2% in lieve flessione sul 2011 contro la media del manifatturiero del 13,6%). Meglio allora concentrarci sulle analisi qualitative. Il capitolo dedicato alle imprese tessili è davvero una lettura stimolante. Anche i più informati di noi vi troveranno qualche news inattesa perché sono davvero tante le aziende che hanno fatto qualcosa di nuovo, originale e finalizzato alla sostenibilità. Ne citeremo solo alcune, rimandando alla lettura del rapporto la soddisfazione di ogni curiosità sul sito di **Symbola** (short link <http://bit.ly/ZGK9Ih>) o su www.technofashion.it. L'analisi parte da una considerazione importante: il consumo "responsabile" non

è nel dna dei consumatori ma inizia a farsi strada, a essere un po' di moda grazie a messaggi importanti lanciati da protagonisti del fashion system internazionale (Gucci, Armani, la Camera della Moda con il suo manifesto) e ad alleati imprevisi, celebrità più abituate a percorrere il red carpet che i mercatini eco solidali. Ha infatti fatto parlare parecchio la stampa internazionale, il fatto che personaggi di spicco abbiano indossato abiti – per altro bellissimi – realizzati in fibre da riciclo (come nel caso del progetto The Red Carpet Challenge realizzato da Class e Livia First che ha dato visibilità ai filati in poliesteri riciclati di Miroglio). Ma l'attenzione del rapporto di **Symbola** non è solo rivolta alle imprese capaci di effetti speciali per quanto se ne sottolinei l'utilità nella diffusione di nuovi valori nei comportamenti d'acquisto. La filiera tessile è indagata attraverso le modalità con cui le aziende scelgono la materia prima per le proprie collezioni: fibre naturali biologiche certificate Icea o fibre da riciclo, filati di antiche

piante tessili come il lino, la canapa e la ginestra, tinte magari naturalmente o semilavorati da filiere della solidarietà sociale. Una chiave di lettura viene al riguardo proposta: per le caratteristiche produttive che lo definiscono, il tessile è un settore in grado di incidere sul territorio ridisegnando nuove filiere agro-industriali come insegnano le esperienze fatte in questi anni dal Consorzio Canapa Italia di Ferrara, dalla filiera corta della lana di Arianne (si veda anche l'articolo a pagina 22, ndr.) o di Biella Wool Company, dal laboratorio bolognese Pamphile a Tintoria Alvit, per citare solo alcune delle esperienze volte a ricongiungere il prodotto con il territorio e la cultura che ne fa da culla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Riciclo e riuso

Si tratta di due modalità di valorizzazione dei rifiuti finalizzate con modalità diverse (più industriale la prima, più artigianale la seconda) a dare una seconda vita a scarti post produzione e post consumo altrimenti destinati alla discarica. Il riciclo comporta un'azione di scernita, sfibramento e rilavorazione di materiali ricondotti alla dimensione fibrosa e quindi rigenerati sotto forma di filati, feltri o imbottiture. Tra gli esempi citati ricordiamo Cardato Regenerated CO, Neutral, il progetto del distretto tessile di Prato che punta a un doppio risultato: alzare la quota dei filati prodotti all'interno del distretto pratese realizzati con materiali riciclati al 70% acquistando così un numero di crediti tale da annullare l'impatto ambientale delle emissioni di CO₂ prodotte nella loro realizzazione. Il riuso si basa sull'idea che il materiale di scarto sia selezionato e re-inserito in quanto tale nel ciclo produttivo allo scopo di realizzare capi e accessori caratterizzati di indiscutibile originalità.

È il caso di Rewind Selection che realizza accessori da vecchie vele nautiche, Fondo9 che rivalorizza teli di juta per il trasporto del caffè o Silent People che crea collezioni partendo da vecchi giacconi. E ce ne sono naturalmente molti altri. Un abbinamento di creatività, etica, impegno sociale e manualità artigianale che trova in appuntamenti fieristici come Fa la cosa giusta, So critical so Fashion, Terra di Mezzo Eventi e altri, il giusto contesto espositivo. E poi vi è tutto il mondo dell'innovazione sostenibile a cui, per altro, Technofashion dedica costante attenzione: dalle ricerche di Next Technology Tecnotessile alle esperienze di aziende come dell'Orsa Foam di Gorla Minore che realizza tessuti non tessuti in lana utilizzando tecnologie a basso impatto ambientale o come l'abruzzese Fimatex che modifica la superficie del denim ottenendo gli effetti moda tanto apprezzati con procedimenti rispettosi dell'ambiente.