

Il Sole **24 ORE**

**Economia circolare.** Le iniziative di grandi aziende e Pmi

## Sostenibilità e riciclo: la filiera tessile-moda come best practice

### Dai tessuti di Radici e Ratti, ai costumi Benetton Crescono offerta e sensibilità dei consumatori

**Giulia Crivelli**

**■** Carlo Capasa, appena confermato al vertice della Camera della moda, l'ha inserita nelle priorità della sua presidenza, come aveva fatto in occasione del primo mandato. Per lanciare il nuovo formato, chiamato Street Market, White, fiera che si terrà in concomitanza con la prossima fashion week di Milano, l'ha messa al centro del dibattito con uno special guest come Patagonia. Si moltiplicano studi, convegni, iniziative di sensibilizzazione e, naturalmente, soluzioni industriali e di prodotto. Parliamo della sostenibilità, naturalmente. Ambientale e non solo.

Come raccontato dai protagonisti della filiera del tessile-moda-abbigliamento sull'ultimo Speciale sostenibilità del Sole 24 Ore (uscito martedì 29 maggio), le aziende italiane del comparto sono consapevoli della necessità di mettere la sostenibilità al centro del modello di business e lo stanno facendo con trasparenza e spesso superando gli standard chiesti per legge. Accade lungo l'intera filiera: dalle aziende del "monte" (tessile e concia) a quelle del "valle" (marchi della moda e del lusso). Se aggiungiamo le associazioni, come Confindustria moda, Sistema moda Italia e Camera della moda, possiamo dire che l'Italia guida questa "rivoluzione necessaria". Necessaria per salvare il pianeta, ma anche per attrarre i Millen-

nials, i nati dopo il 1980, che fanno scelte di acquisto inscindibili dalla reputazione del brand.

Tra gli esempi più recenti, nel tessile, l'iniziativa di Radici: il gruppo fu tra i primi a credere che un prodotto finale può definirsi sostenibile solo se la catena produttiva intera risponde a certi canoni. Al Pitti Uomo del giugno 2016 fu presentata la giacca frutto della partnership con Eurojersey e Herno, prodotta con filati Radici, tessuti Eurojersey e know how stilistico e produttivo del brand guidato da Claudio Marezzi. Pochi giorni fa a Gandino (Bergamo), Radici ha presentato un gilet 100% nylon realizzato in collaborazione con gli operatori della sua filiera. Un capo monomateriale progettato in ot-

tica di eco-design, e che quindi può essere facilmente riciclato meccanicamente a fine vita, diventando una materia prima "seconda" in ambito plastico per usi tecnici e industriali.

Buone pratiche che non appesantiscono i bilanci, anzi. Il gruppo Ratti, all'avanguardia nella sostenibilità sociale e ambientale, ha appena pubblicato un bilancio ad hoc e la trimestrale annunciata il 15 maggio mostra che spendere per migliorare la vita in azienda e per diminuire l'impatto sull'ambiente paga: il fatturato è cresciuto del 17,3% a 24,7 milioni.

Spostandosi a valle, da segnalare la linea Bio Beachwear di Benetton, costumi realizzati con un filato ottenuto dai semi di ricino, che replica le performance del nylon, ma in chiave sostenibile. Oysho (gruppo Inditex) ha una linea di costumi in poliammide al 100% riciclata: è ottenuta da reti da pesca dei fondali marini e si chiama Join Life.

*Last but not least*, in tema di economia circolare, Schmid, azienda milanese di tessuti per scarpe e borse di alta gamma, ha stretto un accordo con Carmina Campus per introdurre, nella collezione A-I 2018-2019 del marchio fondato da Ilaria Venturini Fendi, una parte di accessori realizzata anche con tessuti delle passate collezioni Schmid.

**Bio.** Linea di costumi Benetton fatti con un filato di semi di ricino



© RIPRODUZIONE RISERVATA