

FASHIONUNITED

Schmid punta a una sostenibilità sociale, ambientale ed economica

Scritto da **Isabella Naef** | Giovedì, 08 Agosto 2019



Il 2019 si chiuderà in linea con il giro d'affari del 2018, archiviato con un fatturato di 7 milioni di euro, ma le prospettive per l'anno venturo sono buone, almeno a giudicare da come è andata Lineapelle New York, la kermesse che si è svolta in Usa a luglio. Lo ha spiegato a FashionUnited, Paolo Ciccarelli, presidente e amministratore delegato di Schmid, azienda che ha clienti del calibro di Chanel, Stuart Weitzman, Jimmy Choo, Manolo Blahnik, Fendi, Armani e Gucci e che realizza il 60 per cento del suo fatturato in Italia.

Fondata nel 1942, a Milano, dall'imprenditore zurighese Walter Schmid, oggi Schmid spa è un'azienda italiana attiva nella fornitura di tessuti e materiali studiati e realizzati per il settore calzaturiero e della pelletteria.

Nel suo stabilimento di San Giuliano Milanese l'azienda produce lavorati artigianali per marchi come Fendi, Armani e Jimmy Choo

Nel suo stabilimento di San Giuliano Milanese l'azienda produce lavorati artigianali per i più grandi marchi della moda italiani e internazionali. I tessuti di Schmid sono esposti nelle principali fiere di settore in tutto il mondo, da Milano a Parigi, da New York a Londra. "Certo le fiere rappresentano un retaggio medioevale e i grandi marchi possono farne a meno in quanto le collezioni vengono loro presentate direttamente. Noi, per esempio, andiamo a trovare i nostri clienti per presentare la collezione in modo da raccogliere direttamente le loro impressioni e assecondare le loro esigenze", ha affermato Ciccarelli.

Pur avendo selezionato sempre di più, negli anni, le kermesse a cui partecipare, "alle fiere, almeno per qualche anno. Dovremmo continuare ad andare".

La fiera, quindi, rappresenta ancora una vetrina importante, in cui è bene esserci. "New York è andata benissimo. E' un appuntamento importante, c'è grande vivacità e concretezza", ha detto il ceo di Schmid.

L'azienda, i cui mercati principali sono Italia, Francia, Inghilterra, Spagna, Stati Uniti, ha presentato a Lineapelle New York, lo scorso luglio, la collezione autunno inverno 2020-21. Si tratta di una collezione centrata su prodotti e materiali che "hanno una storia" e una tradizione consolidata, ma interpretati con originalità dai creativi dell'azienda. "Da sempre facciamo della qualità dei nostri materiali e dell'artigianalità delle nostre proposte i nostri punti di forza, con un'attenzione sempre alta al futuro e all'innovazione", ha affermato Ciccarelli, "la collezione è sviluppata anche tenendo conto della sostenibilità dei materiali e delle lavorazioni impiegate, con un'attenzione sempre maggiore all'unicità e alla bellezza, nel senso più ampio del termine, per garantire ai nostri clienti un'attenzione al prodotto sempre più curata e una qualità sempre più alta".

In particolare, due sono stati i temi presentati a New York, a cui ne seguirà un terzo riservato alle fiere di Parigi e Milano: Hyper street e Edgy shopper, due linee che vedono materiali e lavorazioni ricche di colori provenienti dallo street style e dagli anni '70, con richiami anche animalier e il glitter per le proposte più glamour.



La fiera, quindi, rappresenta ancora una vetrina importante, in cui è bene esserci. "New York è andata benissimo. E' un appuntamento importante, c'è grande vivacità e concretezza", ha detto il ceo di Schmid.

L'azienda, i cui mercati principali sono Italia, Francia, Inghilterra, Spagna, Stati Uniti, ha presentato a Lineapelle New York, lo scorso luglio, la collezione autunno inverno 2020-21. Si tratta di una collezione centrata su prodotti e materiali che "hanno una storia" e una tradizione consolidata, ma interpretati con originalità dai creativi dell'azienda. "Da sempre facciamo della qualità dei nostri materiali e dell'artigianalità delle nostre proposte i nostri punti di forza, con un'attenzione sempre alta al futuro e all'innovazione", ha affermato Ciccarelli, "la collezione è sviluppata anche tenendo conto della sostenibilità dei materiali e delle lavorazioni impiegate, con un'attenzione sempre maggiore all'unicità e alla bellezza, nel senso più ampio del termine, per garantire ai nostri clienti un'attenzione al prodotto sempre più curata e una qualità sempre più alta".

In particolare, due sono stati i temi presentati a New York, a cui ne seguirà un terzo riservato alle fiere di Parigi e Milano: Hyper street e Edgy shopper, due linee che vedono materiali e lavorazioni ricche di colori provenienti dallo street style e dagli anni '70, con richiami anche animalier e il glitter per le proposte più glamour.

Sviluppati da un team che lavora costantemente alla ricerca di nuovi materiali, texture e tecnologie, i tessuti proposti sono disponibili in una gamma di lavorazioni, finiture e colori unica nel settore e in una varietà di materiali: fibre naturali come lana e cotone; elasticizzati e microfibre; lurex e glitter; pizzi e paillettes; raso; tulle e reti; vinili.

"La nostra attenzione nei confronti della sostenibilità è aumentata con gli anni e sempre con un'accezione ampia", ha sottolineato Ciccarelli riferendosi anche alla sostenibilità economica, sociale e non solo ambientale. Per quanto riguarda il mercato italiano, infatti, Schmid ha all'attivo una collaborazione con Carmina Campus by Ilaria Venturini Fendi a cui l'azienda fornisce scarti o giacenze di produzione per la realizzazione di nuove collezioni, che abbiano al centro la sostenibilità ambientale e il riuso di materiali considerati di scarto.

Inoltre, l'azienda continua a sostenere i progetti sostenibili e di qualità stringendo una partnership con Quid, impresa sociale fondata da Anna Fiscale che ha come obiettivo quello di dare lavoro a persone vulnerabili, soprattutto donne, che hanno combattuto e superato situazioni difficili a livello personale oppure sociale.

L'azienda milanese ha donato, infatti, quasi 2.300 metri di materiali, di cui la maggior parte velluto e glitter con cui sono stati creati tre accessori per la linea moda Progetto Quid dell'impresa sociale veronese che saranno presentati a settembre, inizialmente in esclusiva solo presso il Quid store di Milano. Tra gli accessori realizzati con i materiali di Schmid: uno zaino con base di velluto bordeaux abbinato a un tessuto in ecopelle, e due tipi differenti di astucci in più varianti in velluto e glitter. Entrambi sono stati creati da donne con un passato di fragilità a cui è stata data la possibilità di essere reinserite nel mondo del lavoro attraverso l'impiego in attività produttive che rispondono alle logiche del mercato e che allo stesso tempo stimolano una partecipazione attiva alla bellezza e alla creatività.

“Qualità e stile, ma anche sostenibilità sociale e supporto alle persone meno fortunate, attraverso il recupero di tessuti di qualità, superati dal vorticoso evolversi della moda ma che non hanno ancora concluso il loro ciclo vitale e la loro utilità. Questi i concetti chiave a cui si ispira la filosofia di Schmid, perfettamente in linea con i valori di progetto Quid”, ha aggiunto Ciccarelli.

Foto: Paolo Ciccarelli; la collezione a/i 2020-21: dall'ufficio stampa Schmid