

INTERVISTA

AURORA MAGNI

BLUMINE / SUSTAINABILITY-LAB
 Presidente

Per il mondo della moda, l'ecologia è una questione più di marketing o di buone pratiche?

«La svolta sostenibile dei brand è un fenomeno recente. Di certo è un fatto positivo ma è facile definirsi sostenibili, più difficile è individuare le criticità dei processi e dei materiali. E porvi rimedio, coinvolgendo la catena dei fornitori, per esempio per ridurre i consumi di acqua nei processi e le emissioni di CO₂ oppure per eliminare le sostanze chimiche pericolose. Su questi temi abbiamo visto scendere in campo brand famosi, specie dell'abbigliamento sportivo ma si tratta di una quota ancora troppo piccola del mondo della moda».

Sostenibilità e competitività: è un matrimonio possibile?

«In questo momento la partita per la moda sostenibile è giocata soprattutto sull'eliminazione delle sostanze chimiche pericolose, come richiesto dal protocollo Detox di Greenpeace. L'azienda che riesce a dare ai materiali ottime performance, anche estetiche, senza usare sostanze chimiche pericolose, diventa più competitiva ed emerge sui concorrenti. Il mercato premia inevitabilmente le imprese che in questi anni hanno investito in ricerca e innovazione, coinvolgendo la propria catena di fornitori».

Che ruolo hanno le certificazioni?

«Le aziende tessili hanno a disposizione numerosi sistemi di certificazione che prevedono, per quanto riguarda la presenza di sostanze chimiche critiche,

determinati gradi di tolleranza. L'obiettivo "zero" ha spostato la competizione su un livello più alto, valorizzando le imprese in grado di raggiungerlo al di là del fatto che siano o meno certificate. Va inoltre detto che le certificazioni sono raramente visibili e riconosciute dal consumatore. Hanno però contribuito a diffondere la cultura della valutazione oggettiva dei dati, pratica fondamentale in ogni processo di miglioramento».

Il consumatore che strumenti ha per scegliere capi verdi?

«Le etichette aiutano poco. Si riferiscono alla composizione fibrosa del capo, alle modalità di lavaggio e stiro e al Paese in cui il prodotto è stato realizzato. Prodotti indicati come made in Italy spesso sono fatti con tessuti lavorati e tinti in Paesi la cui legislazione sulla sicurezza



chimica è meno rigorosa di quella europea. La situazione può però migliorare. La moda potrebbe usare etichette smart e app per consentire ai consumatori di leggere con lo smartphone le performance ambientali e la storia produttiva del capo prima di comprarlo. In attesa che la tecnologia digitale ci aiuti, non ci resta che seguire le politiche dei brand e premiare quelli che si impegnano concretamente sui temi che ci stanno a cuore».

processo di liberazione dalle sostanze tossiche si è praticamente concluso. Per riuscirci abbiamo coinvolto tutti i nostri fornitori in questo sforzo. Li abbiamo scelti privilegiando la condivisione di obiettivi, più che la logica del vantaggio economico» dice Mario Riva responsabile sostenibilità di Besani. «La nostra filiera è pulita. Anche i tessuti sono migliorati, i colori sono diventati più brillanti».

Non solo tessuti

La campagna Detox non è solo tessuti, coinvolge anche il mondo degli accessori. Hanno infatti aderito due produttori di chiusure lampo, Zip GDF e Giovanni Lanfranchi. Per loro la sfida è ancora più difficile, perché oltre che la componente tessile devono produrre quella metallica, la cerniera vera e propria, che prevede il ricorso a sostanze chimiche più aggressive. «Per mantenere fede ai nostri impegni abbiamo dovuto rifare molte ricette, come quelle dei coloranti, per eliminare il cadmio. Abbiamo adottato leghe di ottone esenti da piombo. Per liberarsi del problema del rame, presente nell'ottone, si potrebbe optare sempre per leghe di acciaio, ma questo comporta un aumento dei costi» spiega Alessandro Bordegari, direttore commerciale di Giovanni Lanfranchi, azienda nata come bottonificio nel 1887 e convertitasi alle lampo negli anni Sessanta.

Le etichette devono raccontare

Purtroppo i vestiti non parlano, non riescono a raccontarci la loro storia produttiva. Arrivati nelle boutique e nei grandi magazzini, nessuno è in grado di valutare il loro contenuto green soltanto toccandoli. E le etichette – che indicano solo materiali, luogo di confezionamento, consigli di manutenzione – non sono di alcuna utilità. Di aiuto potrebbe essere l'etichetta sulla sostenibilità, così come un ruolo importante potrebbero giocare le *smart label*, etichette intelligenti in grado di dialogare con smartphone e tablet (vedi intervista in questa pagina).

Se vuoi indossare abiti più sicuri, scegli i marchi attivi nell'eliminazione delle sostanze tossiche

Queste sarebbero utili anche nella lotta alla contraffazione, che affligge il mondo della moda più di qualsiasi altro settore.

I nostri consigli

Ecco alcuni consigli da seguire in fase d'acquisto, uso e dismissione di un indumento.

- Consulta "La sfilata Detox" su Greenpeace.org e scegli i capi d'abbigliamento dei marchi classificatisi come "Detox Leader".
- Tra le certificazioni prediligi Oeko-Tex: nei

nostri test, gli indumenti che la riportano hanno in genere ottenuto valutazioni buone sulla sicurezza chimica.

- Non acquistare pellicce e capi con inserti in pelliccia: basta toccare per capire se sono vere e scartarli subito.
- Evita l'acquisto di indumenti con stampe plastificate, che possono contenere sostanze nocive più a rischio. Se si tratta di un capo di biancheria, preferisci il cotone, meglio bianco o di colore chiaro. Non acquistare prodotti con inserti in metallo che saranno a diretto contatto con la pelle.
- Lava i capi prima di indossarli per la prima

volta. In molti casi questo consente di scartare buona parte delle sostanze chimiche.

- Per il lavaggio utilizza il dosaggio minimo di detersivo ed evita l'uso di ammorbidenti.
- Resisti alla tentazione di comprare vestiti nuovi, anche quando sono in saldo, e fai durare il più possibile quelli che hai.
- Se non sono troppo logori, invece di buttarli via, donali o scambiali, anche online. Esistono siti e app, per esempio Swat Party, nati per facilitare questo scambio. ■