La corsa alla sostenibilità passa per trasparenza e certificazioni

Pitti Uomo. Attenzione all'ambiente e al sociale al centro degli investimenti delle Pmi, non solo dei grandi gruppi: molte le B-Corp alla manifestazione che chiude oggi a Firenze con presenze record

Silvia Pieraccini

Investire in sostenibilità non è più un tabù per le Pmi italiane della moda, che stanno passando dalle azioni incerte della prim'ora – la capsule collection in cotone organico o il capo fatto con materiale riciclato – a un'analisi più completa delle performance ambientali e sociali, in vista di progetti che investono l'organizzazione aziendale. Anche perché, come si è visto al Pitti Uomo che si chiude oggi a Firenze, chi è partito per primo, seguendo un percorso chiaro e coerente, sta già raccogliendo i frutti degli investimenti in sostenibilità.

Il marchio **Save the Duck** ha messo in bella evidenza, all'ingresso dello stand del Pitti, la certificazione BCorporation (una delle più qualificate per

Pionieri. Lo stand di Save the Duck al Pitti Uomo che si

misurare le performance ambientali e sociali) che possiede dal 2019, con l'indicazione «we are the first B-Corp of the italian fashion system» (siamo la prima B-Corp del sistema moda italiano). Quest'anno l'azienda (64 milioni di fatturato previsto nel 2022, +36% sull'anno precedente, con un ebitda del 20%) affronterà, dopo la scadenza del primo triennio, la nuova analisi per confermare la certificazione, con l'intento di migliorare ancora.

«Abbiamo tracciato totalmente la filiera, dal pet riciclato con cui produciamo il 55% della collezione primavera-estate 2023 al capo finale – spiega il fondatore e ceo Nicolas Bargi, che ha appena pubblicato il quarto report di sostenibilità – e nel 2021 abbiamo compensato totalmente le emissioni di carbonio fissando l'obiettivo *net zero* (annullare le emissioni dalla catena di fornitura agli utenti finali, ndr) entro il 2030". Il fatto di produrre gran parte della collezione in Cina non è un ostacolo: «Bisogna togliersi dalla mente dove si produce – dice Bargi – e pensare a come si produce. E comunque è più facile convincere una fabbrica cinese a cambiare rotta, che una italiana».

La rotta l'ha cambiata la spagnola **Ecoalf**, BCorporation dal 2018 come campeggia, anche in questo caso, all'ingresso dello stand del Pitti: «Tutti i capi in cotone della prossima collezione estiva provengono da fibre riciclate e riciclabili – spiegano – grazie alla collaborazione con un'azienda del Marocco. A settembre lanceremo una collezione sport fatta con un tessuto che non rilascia microfilamenti, uno dei grandi problemi dell'abbigliamento sportswear. In Italia stiamo prendere la bolognese **Wp Lavori in Corso**, contenitore di otto marchi tra cui Barbour, Baracuta, Filson, che compie 40 e li festeggia con una mostra d'archivio nello stand di Pitti: «Abbiamo deciso di installare pannelli solari sul tetto del nostro stabilimento di mille metri quadrati – spiega la presidente Cristina Calori – e cerchiamo di recuperare i capi vintage per dar loro nuova vita e di utilizzare tessuti riciclati. Stiamo scegliendo un consulente ambientale per accompagnarci nel percorso di sostenibilità".

Un percorso iniziato dal consorzio **Cuoio di Toscana**, formato da sette aziende della provincia di Pisa produttrici di cuoio da scarpe, che ha lanciato una suola ancora più green, non solo perché conciata al vegetale, utilizzando materiali naturali, ma anche perché è biodegradabile al 90%, grazie a un processo sviluppato con l'università di Pisa. A promuovere la sostenibilità continua anche **Pitti Immagine**, società organizzatrice della fiera, con il progetto **Sustainable Style** che in questa edizione mette l'accento sull'etica del lavoro presentando una decina di marchi piccoli ma dalle pratiche innovative provenienti da tutto il mondo. Internazionali, nonostante le difficoltà della pandemia e della guerra, sono state anche le presenze alla fiera fiorentina leader internazionale nella moda maschile: si stima che i compratori che hanno visitato la Fortezza siano oltre 11mila, in arrivo soprattutto dai Paesi europei (compreso Regno Unito e Svizzera), Usa e Turchia. Assenti i cinesi, sono entrati alla fiera 80 buyer del Giappone, 60 della Corea, più di 40 della Russia. In attesa della riapertura totale dei confini, gli organizzatori si dicono più che soddisfatti.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La spagnola Ecoalf lancerà a settembre una collezione sport che non rilascia microfilamenti

chiude oggi a Firenze: l'azienda fondata da Nicolas Bargi è stata la prima del settore moda italiano a ottenere la certificazione B-Corp

Milano ai blocchi di partenza con 70 eventi tra big e novità

Fashion week uomo
Fino a martedi 21

un'unica mattinata (quella finale) anche su richiesta dei buyer che, nelle edizione ibride, avevano lamentato

La città è reduce dai fasti della design week, che tra Salone e soprattutto Fuorisalone, anche grazie agli eventi

mo crescendo e a fine ottobre apriremo il primo negozio a Milano».

Sulla sostenibilità investe da tempo **Paul & Shark**, il marchio di Andrea Dini che al Pitti Uomo presenta giubbotti fatti con le vele dismesse che saranno messi all'asta per beneficenza. «Il 99% dei tessuti utilizzati nella prossima collezione estiva proviene da fibre riciclate – spiega Dini – e all'interno dell'azienda esiste un team dedicato alla sostenibilità che oggi è formato da tre persone. Oltre alla provenienza dei tessuti, sono convinto che dobbiamo guardare al modo di produzione: ad esempio il risparmio di acqua, che è una risorsa limitata, è fondamentale e può portare a scegliere, proprio in nome della sostenibilità, un cotone non organico anziché organico, che richiede più lavaggi». Anche Paul & Shark sta prendendo in considerazione la certificazione B-Corp, obiettivo che punta a ottenere entro il 2023 il gruppo veneto **Slowear** (marchi Incotex, Zanone, Glanshirt e Montedoro), già diventato società benefit. Sta valutando le strade da intra-

Marta Casadei

Parte oggi pomeriggio con la presentazione della collezione Kiton e le sfilate di Dsquared2, Alyx 9Sm, Family First e Billionaire l'edizione di Milano moda uomo con le novità per la primavera-estate 2023. Un passaggio del testimone tra Firenze (si veda l'articolo in pagina) e il capoluogo lombardo nell'ambito di un contesto da diversi anni considerato condiviso: la fashion week uomo italiana, vetrina per un settore da 9,4 miliardi di ricavi 2021, di cui oltre 6,6 miliardi grazie all'export.

La manifestazione – organizzata con il supporto di Maeci e Ice – si svolge quasi interamente in presenza con 65 appuntamenti fisici di cui 25 sfilate, 24 presentazioni, quattro presentazioni su appuntamento e 12 eventi in calendario fino a lunedì 20 giugno. Martedì 21 sono in programma cinque eventi digitali che la Camera della moda ha deciso di concentrare in qualche difficoltà a seguire eventi digitali nel mezzo di una programmazione in presenza.

In passerella, a confermare l'importanza di Milano come hub della moda maschile internazionale, ci saranno molti nomi storici e che sempre partecipano alla fashion week uomo – Prada, Fendi, Gucci, Dolce&Gabbana, Missoni (con una presentazione), Zegna – con qualche ritorno di peso, come Giorgio Armani, che aveva dato forfait a gennaio a causa dell'ondata di contagi dovuta alla variante Omicron. Senza dimenticare Versace, Moschino, Marcelo Burlon County of Milan, Plein Sport e Billionaire.

Non mancano gli emergenti e i debuttanti. Jw Anderson avrebbe dovuto essere protagonista di uno show a gennaio, poi trasformato in un contenuto digitale: ora presenterà la collezione uomo e resort donna, Sfileranno per la prima volta a Milano anche il marchio tedesco 44 Label Group, il marchio cinese Joeone, gli italiani Family First, Simon Cracker e il designer indiano Dhruv Kapoor.

dei marchi della moda, ha riportato la vivacità pre Covid. Ora si prepara ad accogliere addetti ai lavori e buyer da tutto il mondo, ad eccezione di qualche compratore russo e dei cinesi, grandi assenti anche a Pitti Uomo.

La mappa degli eventi coinvolge tutta Milano: dal Quadrilatero, con le presentazioni di Valextra in Monte Napoleone, Versace in via del Gesù, Pal Zileri in via Verri, Fendi in Zona Tortona con Fendi. Giorgio Armani (che ospiterà una mostra al Silos) ha scelto invece di far sfilare la linea Giorgio in via Borgonuovo e la linea Emporio nell'headquarter di via Bergognone. Prada conferma il fashion show nella sede della Fondazione (e degli uffici) in zona Scalo di Porta Romana, mentre Gucci abbandona il proprio hub per una location più centrale. A fare da sfondo all'evento di chiusura sarà però un luogo naturalistico: l'Oasi Zegna, a Trivero, emblema dell'approccio sostenibile e del sostegno del territorio che il made in Italy sta promuovendo nel mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA