

# Il tessile made in Italy si tinge di GREEN

Per competere su un mercato strategico come gli Stati Uniti, diventa sempre più importante associare il concetto di eccellenza italiana con elevati parametri di ecosostenibilità

di/by Elena Azzola

**M**ercati internazionali sempre più eco-consapevoli spingono gli attori del lusso globale ad alzare l'asticella in termini di trasparenza nella produzione. Il tessile-abbigliamento italiano non si esime da questa sfida. Anzi. Numerose aziende della Penisola stanno investendo sul fronte della ecosostenibilità per competere specialmente in Nord America, un'area particolarmente sensibile ai temi ambientali. «Gli Stati Uniti sono un mercato molto evoluto», conferma **Silvio Albini**, titolare del **Cotonificio Albini** e presidente di **Milano Unica**, la fiera rappresentativa del tessile made in Italy, che realizza uno specifico catalogo sui prodotti sostenibili in mostra al Portello. «I grandi gruppi nord-americani - prosegue - hanno richieste elevate, ma per le aziende italiane questa è un'opportunità: nel Vecchio Continente esistono leggi stringenti, che ci danno un vantaggio competitivo». Con questa consapevolezza, numerosi player dell'industria italiana si sono messi in gioco modificando il loro modo di produrre. Un antesignano è **Thermore** (vedi box). «Siamo confortati da quanto sta avvenendo», afferma **Giusy Bettoni**, titolare dell'agenzia **GB Network**, che sette anni fa ha dato vita alla eco-library **C.L.A.S.S. (Creativity Lifestyle and Sustainable Synergy)**, repertorio di materiali realizzati con tecnologie sostenibili. «In passato stile e innovazione erano i due valori fondamentali nel creare moda. Ora si è aggiunto, in molti casi, l'aspetto della responsabilità», spiega Bettoni, che nei giorni di **Milano Unica** ha fatto partire il primo **C.L.A.S.S. Tour**, viaggio per presentare in giro per il mondo le eco-collezioni più sorprendenti per l'autunno-inverno 2015/2016. Tra le "chicche" c'è **Re.Verso**,



un cashmere rigenerato, a basso impatto ambientale, nato dalla collaborazione di tre realtà italiane (**Nuova Fratelli Boretti**, **Green Line** e **Lanificio Stelloni**), che insieme hanno messo a punto un sistema integrato completamente tracciabile. L'utilizzo di prodotti **Re.Verso** da parte di **Gucci**, nelle collezioni uomo, donna e bambino dell'autunno-inverno 2015/2016, dà lustro alla piattaforma, che si è aggiudicata il **Kering Sustainability Award**. Un appello a una moda "meno dannosa" si è levato inoltre alle recenti sfilate milanesi della donna: nell'ultimo giorno della kermesse, **Greenpeace** ha convocato una conferenza stampa in cui ha comunicato l'impegno di sei aziende italiane per la produzione di

tessuti e accessori privi di sostanze tossiche. Si tratta di **Miroglio**, **Berbrand**, **Tessitura Attilio Imperiali**, **Italdenim**, **Besani** e **Zip**: realtà che hanno aderito alla campagna **Detox**. Già da oggi otto degli 11 gruppi di sostanze chimiche giudicate pericolose sono esclusi dalle filiere e dai prodotti delle aziende citate. In particolare, il gruppo **Miroglio** ha annunciato la volontà di estendere l'adesione a **Detox** alla divisione **Fashion**, oltre che **Textile**: i suoi numerosi marchi, tra cui ricordiamo **Motivi**, **Elena Mirò** e **Caractère**, si aggiungono così a quelli che già scommettono su un futuro libero da sostanze tossiche, come **Benetton**, **H&M**,

**Burberry** e **Zara**, secondo quanto comunicato da **Greenpeace**. Sono sempre di più le aziende italiane del tessile impegnate a favore dell'ambiente. «Stiamo seguendo il programma di sviluppo **Goats** - informa **Roberto Colombo** del **Lanificio Luigi Colombo** -: un protocollo di ecosostenibilità inserito nel processo laniero che permette la tracciabilità, dalla materia prima al prodotto finito, a partire dagli allevatori di pecore, che garantiscono una metodologia eco-compatibile». Gli animali devono essere allevati in luoghi in cui non si usano diserbanti e pesticidi e dove non è praticato il **Mulesing** (rimozione di pelle da animali vivi, che produce sofferenza). Sulla stessa lunghezza d'onda **Canepa**, che con

## Thermore: «Sostenibili anche grazie agli Usa»

A inizio anni Ottanta la milanese **Thermore**, leader nelle imbottiture termiche per l'abbigliamento, immetteva sul mercato il suo primo prodotto realizzato con fibre riciclate. A richiederlo erano in primis i grandi committenti americani, che hanno premiato questo impegno stringendo un legame sempre più saldo con l'azienda, fondata nel 1972 da **Lucio Siniscalchi**. Oggi **Thermore** è fortemente internazionalizzata, con sedi in Europa, Usa e Asia. Gli States sono il primo fronte di esportazione del marchio, che realizza in quest'area il 40% del fatturato, mentre il restante 60% è suddiviso fra Italia (40%) e Germania (20%), con prospettive di espansione nei Paesi del Nord Europa e nel Regno Unito. Tre anni fa la famiglia Siniscalchi ha fatto un passo avanti, rendendo sostenibili tutti i suoi prodotti base, che possono contare sull'assenza di **PFOA** e **PFOAs**, sostanze condannate da **Greenpeace**. L'ultimo nato in casa **Thermore**, **EVOdown**, riproduce un "effetto piuma" ma senza nuocere agli animali. È inoltre in grado di mantenere intatta la propria struttura anche dopo ripetuti lavaggi, grazie ai due strati esterni che "imprigionano" quello interno

(a.b.)

**Tessitura del Salento** ha sviluppato una metodologia di produzione che riduce il consumo di acqua di 12 volte, di energia del 90% ed elimina completamente le emissioni inquinanti. «Nel mondo - commenta **Elisabetta Canepa**, presidente dell'omonima società - va crescendo la consapevolezza che il benessere individuale sia sempre più condizionato dalla qualità dell'ambiente in cui si vive e da quello che si indossa. E anche il concetto di qualità di un tessuto si va evolvendo». All'avanguardia anche **Eurojersey**, il player della microfibrina in poliammide e **Lycra** per underwear, swimwear e altri capi stretch, che utilizza energia esclusivamente da fonti rinnovabili dal 2008. Ricicla inoltre l'acqua, gli scarti tessili e il cellophane usato in produzione.

## The made in Italy textile industry takes on a green hue

Increasingly more environment-aware international markets have prompted the global luxury players to raise their standards in terms of production transparency. The Italian textile-clothing industry is no exception. Many Italian manufacturers are investing heavily in environment protection to compete in particular in North America. «A highly developed market», observes **Silvio Albini**, owner of **Cotonificio Albini** and president of **Milano Unica**, the trade fair dedicated to made in Italy textiles, which has published a specific catalogue of environment-friendly products on show at the Portello. «The requests of the large US groups are highly demanding, but for Italian companies, this is an opportunity: in Europe, stringent laws already exist, which give us a competitive edge». A lot of Italian industry players have taken concrete measures. **Thermore** is a pioneer (see box). «We

## Thermore: «Sustainable also thanks to the Usa»

In the early-Eighties the milanese company **Thermore**, leader in the field of down padding for apparel, launched its first product based on recycled fibres. It was requested first and foremost from large US customers, who rewarded this commitment through stronger and stronger ties with the company, founded in 1972 by **Lucio Siniscalchi** and extensively internationalized, with offices in Europe, the USA and Asia. Today, the USA are **Thermore's** main export market, and account for 40% of company turnover, while the remaining 60% is split up between Italy (40%) and Germany (20%), with prospects of expansion in the northern European countries and the UK. Three years ago, the Siniscalchi family made all its basic products environment-friendly. Among their distinctive features is the fact that they are free of **PFOA** and **PFOs**, substances banned by **Greenpeace**. **Thermore's** latest product, **EVOdown**, reproduces a "down effect" but without harming animals. It is also able to maintain its structure intact even after repeated washes thanks to two outer layers that "trap" an inside layer.

(a.b.)



1. Alcune etichette di Canepa  
1. Some labels of Canepa

2. La campagna sulla sostenibilità di Eurojersey  
2. The campaign on the sustainability of Eurojersey

are comforted by what is happening», says **Giusy Bettoni**, owner of the **GB Network** agency, which seven years ago created the **C.L.A.S.S. (Creativity Lifestyle and Sustainable Synergy)** eco-library, a selection of materials that make use of sustainable technologies. «In the past, style and innovation were two fundamental values behind fashion creation. Today, in many cases, an additional factor is that of responsibility», explains **Bettoni**, who, during the **Milano Unica** days, saw the departure from her via **Vittorio Veneto** showroom of the first **C.L.A.S.S. Tour**, a trip around the world, organized to present the most surprising eco-collections for fall-winter 2015/2016. Among the illustrated "novelties" was **Re.Verso**, a regenerated cashmere with low environmental impact, the upshot of cooperation between three Italian companies (**Nuova Fratelli Boretti**, **Green Line** and **Lanificio Stelloni**), which developed

together a fully-traceable integrated system. The use of **Re.Verso** products by **Gucci**, for its fall-winter 2015/2016 menswear, womenswear and childrenswear collections, gives lustre to the platform, which took the **Kering Sustainability Award**. An appeal for a "less harmful" fashion was also made at the recent womenswear shows in Milan: on the last day of the event, **Greenpeace** organized a press conference during which the environmentalist association announced the commitment of six Italian companies in manufacturing fabrics and accessories free of toxic substances. These are **Miroglio**, **Berbrand**, **Tessitura Attilio Imperiali**, **Italdenim**, **Besani** and **Zip**: companies that endorsed the **Detox** campaign. Eight of the eleven groups of hazardous chemical substances, which according to **Greenpeace** must be urgently eliminated, have in fact already been removed from the supply chains and products of the above companies. The **Miroglio** group has announced its intention to extend **Detox** endorsement to its Fashion, as well as its Textile division: the company's brands, which include **Motivi**, **Elena Mirò** and **Caractère**, go to join, according to **Greenpeace**, those already banking on a future free of toxic substances such as **Benetton**, **H&M**, **Burberry** and **Zara**. More and more Italian textile companies are committed to elevating their standards in favour of the environment. «We are following the **Goats** development program - says **Roberto Colombo** of the **Lanificio Luigi Colombo** -: an environment-friendly protocol included in the wool production process that ensures traceability, from the raw material to the finished product, starting with the sheep breeders, who guarantee an environment-friendly method». The animals have to be raised in places where no weed-killers and pesticides are used and where **Mulesing** is not practised (removal of skin from live animals which produces suffering). On the same wavelength is **Canepa**, who together with **Tessitura del Salento** has developed a production method that cuts water consumption twelve-fold, energy by 90% and completely eliminates the emission of pollutants. «Awareness is growing around the world - says **Elisabetta Canepa**, president of the namesake company - that individual well-being is increasingly more conditioned by the quality of the environment in which we live and by what we wear and the concept of fabric quality also is evolving». Since 2008 **Eurojersey**, the polyamide microfibrer player and **Lycra** for underwear, swimwear and other stretch garments, has only used energy from renewable sources. It also recycles water, textile wastes and the cellophane used in production.