

SOSTENIBILITÀ NON È UNA MODA PASSEGGERA

Alla 27esima edizione di Milano Unica, appena conclusa, 123 aziende hanno presentato 750 campioni «verdi», biologici o «cruelty free». «Bisogna avere il coraggio della flessibilità in tutta la filiera» dice il presidente Botto Poala

di Giusi Ferré

Milano Unica è sempre stato l'appuntamento periodico che registra lo stato di salute del tessile italiano, ora è diventato anche il momento in cui si declinano il passo politico e le strategie del settore. Arrivata all'edizione numero 27, nei padiglioni di Rho-Pero ha schierato 475 aziende partecipanti (607 comprendendo gli Osservatori Giappone e Corea): +4% con picco di crescita del 21% di quelle europee. Nonostante il ritocco del 15% sul prezzo di listino. «Quando nel 2017 abbiamo deciso di anticipare la data della manifestazione, abbiamo lanciato una sfida — commenta il presidente di Milano Unica Ercole Botto Poala —: la crescita delle adesioni conferma che l'abbiamo vinta».

Ma è quella globale sulla sostenibilità nella filiera, il traguardo al quale si lavora da tempo e che a ogni scadenza del Salone registra una crescita di proposte e aziende interessate.

Le proposte

A febbraio di quest'anno erano 53 e presentavano 250 campioni di tessuti e accessori a vario titolo sostenibili. A luglio le imprese sono quasi quadruplicate: 123, con più di 750 campioni di prodotti esposti. «Oggi bisogna avere il coraggio della flessibilità — commenta Botto Poala — perché sostenibile è un termine molto complesso riferito ad aree di intervento diverse, che si tratti di ri-

finitura, tintoria, composizione del tessuto. Le abbiamo organizzate in nove categorie, che dai materiali bio arrivano alle fibre animali *cruelty free*, ai prodotti di aziende con sistemi di gestione sostenibile».

È questo impegno tra creativo e organizzativo a fare sempre di più la differenza nella produzione dei tessuti italiani, la cui alta qualità rappresenta il punto di inizio di una filiera produttiva unica al mondo. Caratteristica che viene apprezzata, ma non dà soltanto vantaggi, perché i costi aumentano, soprattutto per adeguarsi ai criteri di sostenibilità. Come spiega Botto Poala, «È arrivato il momento di dirlo con chiarezza, perché si tratta di un'opportunità per tutto il Sistema Moda Italia. Noi ci stiamo attrezzando per competere meglio sul mercato globale e rispondere a richieste che si consolidano poi nelle decisioni dei consumatori. Ma non possiamo muoverci da soli».

Da un punto di vista pratico, la sostenibilità potrebbe essere tradotta con il termine trasparenza. Indicare dove avvengono le varie operazioni che danno vita a un abito come a una maglietta è fondamentale per garantire la correttezza generale del prodotto. E non è un caso se da anni le richieste a livello europeo di Italia e Francia per rendere obbligatoria l'etichetta «made in» incontra l'opposizione inscalfibile del Nord Europa. «Sarà l'etichetta di tracciabilità, che dovrebbe essere obbligatoria per legge, a superare questa barriera, permettendo a chi acquista di orizzontarsi e capire dove e come è stata confezionata e tinta la t-shirt che costa 10 euro e arriva dall'altra

parte del mondo», dice Botto Poala.

Nel gioco delle responsabilità, a ognuno tocca la sua e se il principale valore è ritenuto sempre quello del più basso costo possibile, diventa indispensabile capire con quali mezzi si ottiene. Ma anche come può mantenere la propria centralità il nostro sistema, che con le sue 46mila aziende supera gli oltre 54 miliardi di euro di fatturato. «Siamo il secondo esportatore mondiale di articoli di abbigliamento — sostiene il presidente dell'Agenzia Ice Michele Scannavini —. E questo risultato conferma la capacità dei nostri imprenditori di affrontare le diverse richieste dei mercati esteri».

Si attendono però anche le mosse del nuovo governo. Intanto «Noi siamo coinvolti in una politica green che riguarda il futuro delle risorse e dell'ambiente — dice Botto Poala —. Con Camera Nazionale della Moda e il Sistema Moda Italia abbiamo messo a punto il protocollo condiviso sulle sostanze chimiche. Entro il febbraio 2019 firmeremo quello dedicato ai processi produttivi». Per il 2020 è previsto quello sulla tracciabilità e la responsabilità sociale. E il ciclo, per il momento, si chiude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

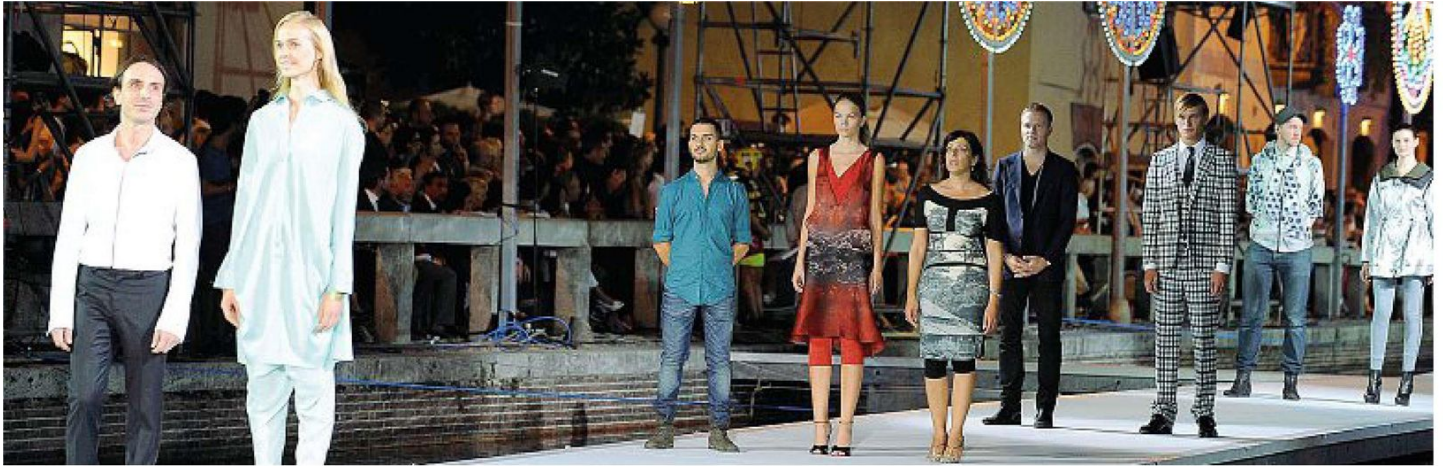
Tra gli obiettivi, la trasparenza: da tempo Italia e Francia spingono perché il «made in...» sia obbligatorio

Nuovi approcci

Ercole Botto Poala è presidente di Milano Unica e di Lanieri e amministratore delegato di Successori Reda



Peso: 59%



Peso: 59%