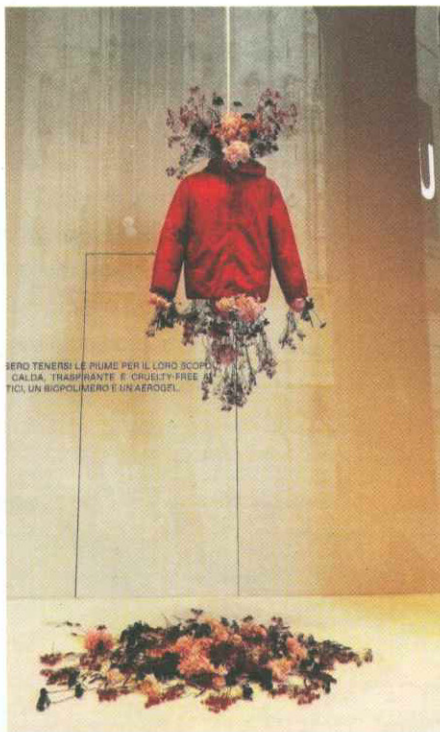




Alla creatività con c'è fine. Ma i designer di moda non pensano alla successiva manutenzione

di Gabriella Platè
Presidente Assosecco

Leggiamo su il Corriere della Sera e su Il Sole 24 Ore, ma soprattutto vediamo nelle vetrine della Rinascente di Milano (è in corso la fashion week) la proposta di un'azienda statunitense "Pangaia" specializzata in creazioni a dir poco innovative: t-shirt fatte di fibre di alga e di canapa, maglie in cotone recuperato da scarti, ecc. Ebbene, dopo quasi 10 anni di studi, "Pangaia" lancia sul mercato le prime giacche che isolano dal freddo grazie a petali da fiori recisi. Secondo le indiscrezioni dell'azienda al posto del piumino d'oca i capi sono riempiti con un mix chiamato FLWDWN (flower down) fatto di petali di fiori selvatici e di un biopolimero, mescolati a un aerogel. L'azienda assicura che il piumino è caldo, ipoallergenico, traspirante e del tutto biodegradabile. Il rivestimento esterno, al contrario, è fatto di nylon e poliestere da riciclo. Per essere più precisi i fiori utilizzati sono selvatici, coltivati in aree appositamente create per favorire la ripresa della biodiversità e per attrarre soprattutto le



farfalle: i campi non richiedono irrigazione e assorbono 12 tonnellate di CO₂ per ettaro. Non contenta di aver creato un capo innovativo, l'azienda sta lanciando un servizio gratuito di riparazione, messa a nuovo o riciclo del capo a fine vita. C'è di che preoccuparsi, anche se al momento i capi sono costosi e venduti solo

online ad un pubblico non certo popolare. Il fatto di mettere al primo posto la salvaguardia dell'ambiente è un intento encomiabile che, peraltro, anche la nostra industria sta percorrendo con impianti tecnologicamente avanzati e prodotti biodegradabili e di poco impatto sulla natura.

Ma quello che continua a lasciare increduli è l'incapacità dei creativi e degli scienziati di porsi delle domande sulla manutenzione a seguito dell'utilizzo dei capi. Certamente troveremo il modo di trattare anche fiori e chissà che altro, ma un coinvolgimento all'origine potrebbe rendere il percorso di utilizzo, smacchiatura, trattamento meno lasciato al caso ed alla fortuna del momento. Come operatori professionali, ancora una volta, cercheremo di portare questi messaggi: i capi devono essere lavati, anche se in modo innovativo, per poter godere da utilizzatori del benessere fisico e mentale. Un capo pulito, stirato (se del caso) e profumato è un biglietto da visita irrinunciabile in una società che fa dell'immagine un elemento non secondario. •