

di Sofia Zaiani

Tessili • Brand • Meccanotessile

Obiettivi comuni



Nel corso dell'annuale **Assemblea Generale di Acimit**, in cui Marco Salvadè ha sostituito Alessandro Zucchi come Presidente, si è svolta una tavola rotonda focalizzata sulle **diverse declinazioni della sostenibilità nel settore**

I produttori di macchine sono sempre attenti a quanto accade nel Tessile-Moda, a maggior ragione oggi. «Le iniziative della Commissione Europea chiamano a rafforzare il ruolo delle tecnologie e supporto della transizione ecologica del comparto. Riduzione dei consumi energetici e idrici e delle emissioni, ma anche prevenzione della produzione di scarti, sono tra i nostri principali traguardi di innovazione sostenibile. Senza dimenticare le tecnologie per la carnita dei rifiuti tessili e il riciclo, e l'importanza crescente che i dati assumono nei processi di misurazione: sono queste le

nuove sfide che ci attendono». A parlare è Alessandro Zucchi, già Presidente Acimit - Associazione dei Costruttori Italiani di Macchinari per l'Industria Tessile, che a luglio ha passato la carica a Marco Salvadè in occasione dell'Assemblea annuale.

LA TAVOLA ROTONDA

Nel corso dell'evento si è svolta una tavola rotonda coordinata da Aurora Magni (Blumine srl e LIUC - Università Cattaneo), con: Elisabetta Baronio, Senior Manager CSR and Sustainability, VF Corporation; Simon Giuliani, Global Marketing Director, Candiani S.p.A.; Filippo Servelli



ACIMIT
ITALIAN TEXTILE MACHINERY

Marco Salvadè,
nuovo Presidente Acimit



Alessandro Zucchi, il cui intervento ha aperto la parte pubblica dell'Assemblea Generale di Acimit



Il video messaggio di Mauro Scalia, Sustainable Businesses Director di Euratex

(I&R manager di Radici group e presidente del Programma Care di Federchimica). La tavola rotonda ha discusso di come rendere concreti gli obiettivi di sostenibilità e circolarità indicati dalla Commissione EU e ormai nell'agenda della maggioranza delle imprese tessili e del Fashion. I partecipanti al dibattito hanno convenuto sull'importanza della fase attuale, segnata appunto da un incremento di politiche regolatorie da parte della UE – dai green claim all'ecodesign, dalle gestione dei prodotti a fine vita all'energia, fino alla lotta alle microplastiche – ma anche dalla crescente ricerca di soluzioni di misurazione e mitigazione dell'impatto ambientale del comparto Moda. Le pratiche di sostenibilità stanno modificando gli stessi modelli di business e la cultura d'impresa delle imprese, definendo nuovi parametri di competitività nell'intera catena del valore. Sotto la pressione di regolamenti e normative sempre più stringenti, sollecitate dai movimenti ambientalisti e dalle politiche precauzionali sulla sicurezza chimica di alcuni importanti brand, la filiera tessile si misura con tematiche nuove e gioca le proprie competitività sulla sostenibilità ambientale, economica e sociale.

IL PUNTO SULLE STRATEGIE UE

L'incontro è stato introdotto da un video messaggio di Mauro Scalia, Sustainable Businesses Director di Euratex, Confederazione europea del Tessile e Abbigliamento. Scalia ha sintetizzato le strategie avviate dall'UE per accelerare la transizione ecologica della Moda, che verranno tradotte in 16 iniziative legislative. Di particolare rilevanza le azioni che riguardano la prevenzione o la gestione rifiuti tessili: parliamo di volumi superiori ai 27 milioni di tonnellate/anno nella sola Europa. Un problema

ma anche una risorsa, perché lo scarto è destinato a diventare valore, considerata la crescente domanda da parte dei brand di materiali rigenerati, se ci sono le condizioni tecnologiche e organizzative necessarie per gestirlo efficacemente. Altro tema rilevante è il ruolo che i dati stanno acquisendo nella catena del valore. Il settore, ha dichiarato Scalia, non produce sono beni ma anche numeri che devono alimentare la tracciabilità, misurare la carbon footprint di un prodotto (PEF), caratterizzare i green claim, informare i consumatori attraverso il Passaporto digitale».

PAROLE CHIAVE

Aurora Magni ha presentato la

sintesi di un'indagine svolta sui bilanci di sostenibilità di 12 brand globali della Moda, "pesando" – attraverso l'uso di parole chiave presenti nei report studiati – il grado di rilevanza dei vari obiettivi di sostenibilità nelle strategie delle imprese.

Tutti i brand analizzati citano nei propri bilanci di sostenibilità i temi sollevati dalle strategie UE:

- alcuni di questi sono riferiti a strategie già consolidate, come nel caso della sicurezza chimica;
- altri sono prevalentemente gestiti all'interno della propria area di diretta competenza (nel calcolo GHG, le imprese si concentrano soprattutto su Scope 1);
- altri ancora rimandano a

tematiche di tendenza che coinvolgeranno non solo la filiera ma anche realtà esterne: le imprese del riciclo e della simbiosi industriale che dovranno supportare il tessile nella gestione dei rifiuti.

Cresce inoltre la pratica dell'ecodesign come strategie di frontiera che coinvolge fornitori di materie prime, la bioeconomia con l'aumento di biomateriali e i produttori di tecnologie.

LE SFIDE PER I BRAND

Con l'intervento di Elisabetta Baronio il dibattito si è focalizzato sulle strategie e le difficoltà che i brand operanti in filiere globali incontrano nel monitorare materiali e processi. Un impegno che VFCorporation, società

Nel corso dell'evento si è svolta una tavola rotonda coordinata da Aurora Magni (Blumine e LIUC - Università Cattaneo)

americana a cui fanno capo 12 noti marchi, si è data per ridurre le emissioni assolute di GHG Scope 1 e 2 del 55% entro il 2030, e le emissioni assolute di GHG Scope 3 (anno di riferimento il 2017) del 30% sempre entro il 2030.

Le politiche UE rappresentano per le imprese della Moda un vero e proprio tsunami, ha dichiarato Baronio, e introdurranno cambiamenti importanti, rendendo obbligatorie pratiche fino a oggi volontarie: dalla misurazione dell'impronta ambientale alla comunicazione, con un approccio legislativo che riguarda tutta la vita del prodotto (della progettazione alla gestione dei rifiuti) e attribuisce ai brand una grande responsabilità che riguarda l'intera filiera.

Con l'EPR il produttore di articoli immessi sul mercato avrà l'onere di contribuire anche finanziariamente a sostenere la catena del riciclo. Tuttavia, al momento mancano informazioni precise che consentano ai brand di organizzarsi per raggiungere gli obiettivi imposti.

Altro punto strategico su cui il legislatore solleciterà le imprese ad agire è il tema dell'impatto ambientale dei processi di filiera sulla biodiversità, a questo scopo sono in fase di definizione sistemi di reportistica per raccogliere dati e affrontare il problema. VF Corporation sta dedicando attenzione al tema sia sul fronte di mitigazione dell'impatto dei processi, sia selezionando materiali di nuova generazione come cotone da colture rigenerative o biopolimeri da biomasse.

DENIM SOSTENIBILE

Interessante l'esperienza di Candiani Denim raccontata



da Simon Giuliani. Candiani, nota azienda verticalizzata che produce denim per le fasce alte del mercato, è un'impresa profondamente radicata sul territorio e chiamata da tempo a fare i conti con le particolarità ambientali dell'area protetta del Parco del Ticino in cui risiede. Il parco è infatti uno stakeholder attivo che richiede azioni continue, e operare in un'area così delicata vuol dire armonizzare gli sviluppi industriali a obiettivi di sostenibilità e circolarità. Delle molte iniziative avviate ne sono state evidenziate due:

- La prima riguarda la sostituzione nella bozza del PVA (plastica biodegradabile, se trattata con sistemi di depurazione non sempre però adeguatamente attrezzati) con Kitosano, biopolimero solitamente ottenuto da esoscheletri dei crostacei ma che Candiani estrae da miceli (parte dei funghi).
- La seconda riguarda l'adozione nella produzione di Sound Dye: questa tecnologia tintoriale crea bollicine di acqua che implodono velocemente, provocando violente onde d'urto allo scopo di rimuovere l'indaco in eccesso dai filati. Tale processo permette di risparmiare il 28,5% di acqua nel processo di tintura rispetto alle tecnologie tradizionali, pari a oltre 52 milioni di litri d'acqua anno.

A ciò si aggiunge l'importanza che il cotone da colture rigenerative sta assumendo

Il dibattito ha sottolineato l'importanza della fase storica attuale, segnata da un incremento di politiche regolatorie da parte della UE – dai green claims all'ecodesign, dalla gestione dei prodotti a fine vita all'energia, fino alla lotta alle microplastiche

nella progettazione del denim, e la messa a punto da parte di Candiani di un elastomero naturale e compostabile in alternativa a quello di sintesi.

LE FIBRE MAN-MADE

Dal cotone si è passati alle fibre man-made, partendo dalla considerazione che le man-made sono oltre il 70% dei materiali tessili. Filippo Servelli (Radici Group/Innova) ha evidenziato che oggi i confini tra materiali di sintesi e biomateriali sono più assottigliati grazie ai risultati della ricerca sui polimeri bio-based, la cui origine biologica e la cui riciclabilità

riducono significativamente l'impatto ambientale dei prodotti. Tema caldo è però la riciclabilità dei polimeri. Il relatore ha ricordato che polimeri termoplastici come la poliammide possono essere trasformati senza modificare la struttura molecolare, caratteristica che li rende riciclabili più volte. Una criticità, tuttavia, è rappresentata dalla scarsa conoscenza degli effetti delle interazioni tra molecole, cioè tra il polimero e i molti additivi chimici che lo stesso riceve nelle fasi di trasformazione: è questo il campo su cui si deve esercitare la ricerca. Servelli suggerisce quindi di superare la visione della riciclabilità da fibra a fibra (oggi per altro non possibile in modo efficace, commenta) e ragionare in termini di simbiosi industriali, favorendo la trasformazione della fibra tessile possibilmente bio-based in polimeri per altre destinazioni d'uso: condizione che avrebbe poi l'effetto di rispondere alla crescente domanda di polimeri plastici oggi soddisfatta da filiere asiatiche. Importante anche il tema della misurazione dell'impatto ambientale e sociale della filiera. Servelli ha citato, oltre all'impegno specifico di Radici Group, un'azione svolta da Federchimica nello studio di un campione di 170 aziende con 500 stabilimenti, sulla base di 118 indicatori riguardanti sia le attività ambientali che sociali di. La misurazione della CO₂equivalente non è infatti sufficiente: occorre considerare l'uso dell'acqua e del suolo, le emissioni e naturalmente il consumo di energia.