

MAISON  
SESSIONI

# Come scegliere LA PELLE SOSTENIBILE

IN COLLABORAZIONE CON  
LINEAPELLE



**ILARIA VOLONTÈ**  
DESIGNER ED ESPERTA DI MATERIALI

## ELENA RUFFINO

Ilaria è una designer e un'esperta sia di materiali che di tendenze. In base alla tua lunga e profonda esperienza, vuoi condividere con noi il tuo parere su che cosa cercano i designer/esperti di qualità durante gli acquisti di materiali sostenibili per le loro collezioni? Che criteri adottano?

## ILARIA VOLONTÈ

Per me l'inizio di ogni nuova collezione è un momento felice di pura adrenalina. La ricerca dei materiali è fondamentale, un tessuto, una stampa, un accessorio sono il punto di partenza per sviluppare tendenze: cosa cerco oltre alla bellezza e ai contenuti di un prodotto?

Personalmente ho dei parametri che hanno fatto parte della mia filosofia ancora prima che diventassero di moda: QUALITÀ, SOSTENIBILITÀ, CIRCOLARITÀ, RIGENERAZIONE, RECUPERO, ed è di questo che vorrei parlarvi.

Durante il lockdown abbiamo riscoperto e ripreso possesso del tempo. Stiamo passando da ritmi veloci a ritmi lenti sia nella vita che nella moda. Adesso abbiamo una forte voglia di incontrarci, di essere in contatto, e questo lo si fa con nuovi propositi comuni sostenibili, ovvero: vestirci con la nuova consapevolezza di volerlo fare per noi e per il nostro futuro su questo pianeta. Abbiamo una nuova visione e attenzione alla moda, un desiderio di gratificazione personale attraverso atteggiamenti dettati dal desiderio di sostenibilità ma abbiamo anche più consapevolezza di ciò che indossiamo: una prospettiva che il Fast Fashion ci ha rubato contribuendo alla creazione di capi senza futuro.

Credo che si debba avere una consapevolezza preliminare sia nella scelta dei prodotti, delle pelli e degli accessori che andranno a comporre una collezione, sia nella scelta delle strategie produttive.

Qual è il valore della sostenibilità nella moda? La mia risposta è QUALITÀ, prodotti che resistono nel tempo, il tema della "qualità rispetto alla quantità". Per me la parola SOSTENIBILITÀ,

che oggi considero un po' abusata, equivale a RESPONSABILITÀ e non deve essere solo un'immagine di marketing, deve diventare realtà.

Oggi le aziende hanno capito che è in corso un investimento ECO globale, non possono più pensare solo al profitto immediato a prescindere da nient'altro, perché la sostenibilità è profitto ma anche prosperità, tutte le risorse non possono essere distrutte lasciando nulla alle generazioni future.

Come consulente di moda e stilista, sento particolarmente tutto questo, e la mia esperienza, il mio contributo, è focalizzato nell'orientare l'azienda verso scelte consapevoli. La moda è fatta di passaggi di molte mani e ancora oggi, purtroppo, non tutto è controllabile o certificato. Realtà come Intertek sono sempre più importanti. Per questo è fondamentale creare la domanda per trovare fornitori sensibili al cambiamento, che operino in questa direzione. La moda è fantasia, creatività, ricerca e storia, fa sognare e desiderare ogni stagione, soddisfa il nostro intimo e diventa la nostra carta d'identità estetica. Fantastico, rendiamolo trasversale, etico e bello anche nelle sue componenti. Fornitori di materiali e designer devono lavorare a stretto contatto su un progetto sostenibile comune, dobbiamo educare noi stessi e gli altri. Infatti, proporre sistematicamente tendenze senza adottare procedure che non tengano conto del pianeta non è più accettabile. Il "green need" si fa sempre più forte e necessita di soluzioni positive che iniziano ad essere unanimi. Anche i governi di molti paesi si stanno mobilitando per risolvere l'impatto del nostro comportamento sull'ambiente e sui cambiamenti climatici.

Abbiamo un mercato saturo di eccedenze di prodotti da smaltire che generano inquinamento e perdite economiche. Ogni materiale, ogni tintura, ogni finitura, deve essere concepito in un'ottica di salvaguardia. A tale proposito, non vanno sottovalutate le piccole realtà che stanno investendo molto nella ricerca di prodotti sostenibili, come PHILLACOLOR, ad esempio, che produce tinte naturali e che Intertek ha selezionato per il suo progetto Maison Masters incentrato sull'innovazione attraverso l'artigianato. Penso che sia

fondamentale sostenerle collaborando, ricercando, con loro. Questi coloranti non creano rifiuti tossici riducendo l'impatto ambientale, consumano meno acqua e infine sono "skin friendly". Ottenere fibre dagli scarti utilizzando la frutta è oggi una realtà, come i tessuti vegetali e biodegradabili realizzati al 100% da arance o l'ecopelle ricavata dagli scarti di ananas, mele, i residui del vino o dai fondi di caffè, per citare alcune delle tante possibilità.

Ciò che più conta è un investimento a 360° non solo nella realizzazione di nuove fibre verdi, ma anche con un comportamento sostenibile che tenga conto dei prodotti esistenti. La salvaguardia attraverso la rigenerazione di un materiale come la pelle è d'obbligo perché la pelle ha in primis un grande pregio che è la "durevolezza". Anche se le ecopelli sono belle e innovative, non possiedono questa caratteristica. Non sono pelle.

Ad ogni livello stiamo cercando di ottenere soluzioni e vantaggi anche dagli scarti pre-consumer, perché prima di arrivare al consumatore, la produzione di un capo di per sé ne produce molti. Mi riferisco a prove colore, campionari, stampe, tessuti, prodotti in pelle o ad articoli invenduti. Oggi è possibile creare nuovi tessuti ottenuti dagli avanzi di tessitura o dal riciclo di pelli preesistenti. Mi soffermerei anche sulla scelta di alcuni brand ECO che hanno deciso di aggiungere ai loro capi cartellini che riportano (come per i cibi nei supermercati) le indicazioni degli standard di sostenibilità ambientale e sociale utilizzati. È indicativo di questa tendenza il fatto che, dal 1° gennaio 2022, i comuni hanno l'obbligo di raccogliere separatamente i rifiuti tessili, come previsto dal decreto legislativo n.116/2020.

Le collezioni si fondano sulle tendenze ed attualmente una tra tutte è sicuramente il grande fermento per il ritorno del "vintage", una splendida forma di sostenibilità che rappresenta e garantisce unicità. A tale proposito, nel mondo sono nati e sono in aumento luoghi come i REPAIR CAFE' dove i talenti di ognuno vengono condivisi e restituiscono nuova vita ad oggetti, accessori e capi d'abbigliamento. Si tratta di "cliniche" con programmi di riparazione e restituzione al cliente. Si stanno delineando nuovi orizzonti ed occasioni lavorative che

richiedono apertura e ampie visioni da parte delle aziende produttrici in merito al concetto di "recupero". Da notare che, mentre prima la merce invenduta dei noti marchi veniva distrutta a discapito dell'ambiente, ora le aziende hanno creato partnership con piattaforme come Vestiaire Collective, Farfetch o con siti come Net a Porter per la rivendita dei vestiti usati firmati e non, come Vinted o Wallapop che vediamo tanto pubblicizzati alla televisione (a conferma del trend). Possiamo quindi parlare di circolarità: riciclare e rigenerare quello che è già in circolazione risparmiando così sulle sostanze inquinanti ancora inevitabili nei processi produttivi.

La sostenibilità incrementa il valore del brand e le aziende lo hanno ben capito, infatti stanno assumendo esperti di sostenibilità. Ormai non esiste marchio che non abbia creato il proprio prodotto eco-friendly rivolto al consumatore sempre più attento e sensibile all'argomento. Io stessa, per un nuovo marchio, ho realizzato una collezione di capi spalla ed accessori utilizzando alcuni materiali detti "di scarto" delle stagioni precedenti, dall'ottima qualità e con un risultato eccellente. Sempre in quest'ottica da due anni ho aperto un Atelier, un contenitore di storia, passione ed innovazione. Un Concept Store che offre una selezione esclusiva di abbigliamento ed accessori. Ci sono novità realizzate da creativi, capi e oggetti vintage frutto di una continua ricerca, campionari, prototipi e pezzi unici acquistati in giro per il mondo, un mix di "Nuovo e Vintage" nel quale credo profondamente e che credo sia lo stile che andranno sempre più assumendo i negozi fisici.

La mia ricerca è sensibilmente attratta da quei fornitori che, attenti ai cambiamenti in atto, oltre alla creatività estetica mi propongono soluzioni di sostenibilità. Credo ci sia bisogno di progettare diversamente investendo ed approfittando dei tesori già prodotti nel passato, non solo ispirandosi ma reintegrandoli; penso alla diversificazione, a piccole produzioni locali che valorizzano le specializzazioni del territorio, che creano lavoro ed eliminano il trasporto inutile, penso ad una maggiore qualità meglio ancora se certificata (punto focale di garanzia), alle cose belle fatte bene, perché dopo tanto surplus si ha una gran voglia di qualcosa di unico e speciale.