

CAMERA DELLA MODA

# A Milano la sfida dei negozi green, apripista nel mondo del retail sostenibile

-di **Giulia Crivelli** | 12 settembre 2017

Gli inventori della bioedilizia e della bioclimatica, due discipline considerate il futuro dell'architettura? Michelangelo, Raffaello e Bramante. La qualità totale? Quella che prescinde dal marketing e dalla comunicazione, perché è prima di tutto passione personale. Anche in questo gli italiani sono leader, a maggior ragione nel lusso. I francesi sono (forse) più bravi nella costruzione di un brand, ma non è un caso se producono in Italia la pelletteria di alta gamma.

Un marchio del lusso dura nel tempo non solo per l'immagine che ha, ma per la qualità che offre. Basti pensare a due emblemi del lusso contemporaneo e della "francesità", Louis Vuitton e Céline: nessuno dei due esita a incidere *made in Italy* su borse e portafogli. Nel caso di Céline, su alcuni oggetti di punta delle linee di piccola pelletteria la scritta compare due volte, all'interno e all'esterno, proprio sotto il marchio.

Sarebbero sufficienti queste considerazioni a spiegare perché la Camera della moda italiana è la prima istituzione al mondo a presentare uno studio intitolato "Principi per la sostenibilità del retail". Frutto del lavoro di due anni, come hanno spiegato il presidente della Camera della moda Carlo Capasa e Isabella Goldmann dell'omonimo studio di architettura, all'avanguardia nella sostenibilità applicata e punto di riferimento mondiale nel settore. Una delle pochissime società italiane ad aver ottenuto la certificazione B Corp, riconosciuta solo a chi «porta significativi benefici a livello sociale e ambientale con le proprie attività aziendali».

Non stupiscono quindi l'entusiasmo, la passione e l'orgoglio che Capasa e Goldmann hanno mostrato per un documento di oltre 300 pagine che da oggi sarà a disposizione di tutti, soci della Camera della moda e non solo. «Non vogliamo imporre alcunché a nessuno, né occuparci di settori che non conosciamo. Sicuramente però l'auspicio è che ci sia un effetto domino e che il cambiamento culturale e progettuale che la bioarchitettura richiede coinvolga tutti i segmenti del retail e tutte le aziende, non solo i grandi marchi», ha detto Capasa, ricordando che proprio in questa logica è stato ideato con Unicredit il progetto *Funding Sustainability* (si veda *Il Sole 24 Ore* del 7 settembre), pensato per finanziare aziende con massimo 250 addetti che vogliono investire nella sostenibilità della produzione, sociale e del retail.

Le linee guida presentate nella sede della Camera della moda, un luminoso spazio con vista sul Duomo e a due passi da una delle installazioni create dal progetto Milano XL, quella de la Rinascente, confermano il sempre più ampio respiro della fashion week milanese. Persino il nome è riduttivo: le iniziative durano molto più di una settimana e vanno ben oltre la moda intesa come sfilate e presentazioni in showroom.

«Il nostro cammino sulla strada della sostenibilità resterà parallelo a quello per il sostegno ai giovani e alla digitalizzazione, ma proseguirà con linee guida sulla sostenibilità sociale e su quella industriale – ha aggiunto Capasa –. Ogni filone è in costante aggiornamento, anche grazie alla tecnologia. L'importante è innescare un cambiamento di mentalità, cioè culturale. Ben venga qualsiasi effetto collaterale, di osmosi, per altri settori e figure professionali. Non rivendichiamo i primati per il piacere di farlo, ma perché speriamo di dare spunti, di innescare circoli virtuosi».

Prende spunto e ispirazione dal passato e guarda al futuro Isabella Goldmann: «Quando ero ancora all'università partecipai alla ristrutturazione di un chiostro del Bramante a Roma, costruito tra il 1500 e il 1504 all'interno della Chiesa di Santa Maria della Pace. Su orientamento termico, coibentazione, gestione dell'umidità, Bramante aveva capito tutto, come del resto gli antichi Romani. Bioarchitetti ante litteram. Oggi in più abbiamo la progettazione 3D su cloud e architetti divisi da un oceano che possono lavorare come se fossero sotto lo stesso tetto. Ma la cultura del costruire in modo efficiente ha radici secolari proprio in Italia. *Last but not least*, le costruzioni ecosostenibili costano fino al 30% in meno rispetto a quelle tradizionali». Milano è la capitale mondiale del prêt-à-porter e tra le principali mete europee per lo shopping, con oltre mille showroom e più di 6mila negozi: un'ondata di bioarchitettura potrebbe cambiare la città e la Lombardia. Capasa e Isabella Goldmann hanno un auspicio comune: «Oltre a essere affascinante, la bioarchitettura offre moltissime opportunità di lavoro ha un sogno, una visione: dà la possibilità concreta di fare la differenza. E secondo tutte le analisi, per i Millennials, questa è una priorità».