

Si va dagli slip di carta interamente riciclata alla pelle con cui si riveste la propria auto, dai tessuti selezionati per i cuscini agli zainetti scolastici. La scelta di pelli o tessuti ecologici è ormai un trend avviato – il 29,1% delle aziende italiane di tessile, abbigliamento, pelli e calzature produce e investe green (dati Unioncamere) – e i produttori made in Italy pure in quest'ambito si distinguono per sensibilità e affidabilità. Anche perché oggi i consumatori conferiscono all'ecosostenibilità un valore molto forte: quasi il 60% degli italiani cerca infatti un capo d'abbigliamento eco-friendly (ricerca Global Lifestyle Monitor). Ma tutti chiedono a gran voce maggiore trasparenza e segnalano l'assenza di comunicazione da parte delle filiere sui prodotti ecocompatibili. Addirittura uno su tre si dice contrario ad acquistare un prodotto non ecosostenibile, ma chiede che sia comunicato in modo adeguato a tutti i livelli. La ricerca è stata svolta dall'agenzia di Klaus Davi, che sta sostenendo una campagna a favore del 'made in', in occasione di LineaPelle, fiera mondiale che riunisce oltre 1.290 aziende e si svolge nel polo fieristico di Rho / Milano, alla quale vengono dedicati documentari video. La ricerca, svolta su 560 consumatori, segnala come i criteri dell'ecosostenibilità e dell'ecologia siano un elemento sempre più ricercato. I consumatori italiani si fidano del made in Italy anche quando si parla di concia e produzione della pelle. Per la stragrande maggioranza degli intervistati, otto su dieci, le pelli prodotte in Italia sono sicure e trattate con standard di sicurezza e rispetto per l'ambiente. Degli italiani ci si 'fida' ma si chiede maggiore trasparenza nella comunicazione dell'origine dei prodotti. Due acquirenti su tre chiedono che anche i produttori di pelli siano più chiari nel definire l'origine dei loro prodotti di provenienza. Per quattro consumatori su cinque, un'eventuale etichetta 'made in' dev'essere applicata sui prodotti 'interamente fabbricati in Italia'. Per il 65% la trasparenza deve partire dalla filiera, ossia proprio quei produttori che danno vita a pelli e tessuti ai quali si imputa poca comunicazione sui plus del loro prodotto. Secondo lo studio, la propensione all'acquisto di un prodotto green o ecosostenibile aumenta quando si tratta dei propri figli (66%) anche se costasse di più, mentre si è più 'accomodanti' se la cosa riguarda se stessi (38%). Venendo alle pelli ecologiche, il 65% si dice favorevole. Ma anche in questo caso si chiede rigore nella comunicazione e informazione di prodotto (56%). Inoltre, per gli esigenti consumatori italiani, le pelli prodotte in Italia hanno un valore aggiunto (57%) rispetto a quelle estere. Ecco i materiali ecologici più apprezzati: pelli (57%), gomma (54%), tessuti (49%), canapa (46%), cotone biologico (41%), carta riciclata (35%), fibre organiche (33%), lino biologico (23%), seta (16%), lana riciclata (14%), juta (9%), bambù (4%). Di seguito, invece, i prodotti ecologici che i consumatori sono più propensi ad acquistare: cuscini (56%), giubbini (54%), asciugamani (47%), tessuti (39%), occhiali (38%), cinturini di orologi (37%), zainetti (36%), divani (35%), borse (33%), poltrone (32%), ciabatte (30%), scarpe (27%), slip monouso realizzati interamente in carta riciclata (25%), custodie porta-cellulari (24%), cappelli (23%), guanti (22%), calze (20%), cinture (18%), marsupi (17%), portafogli (16%), agende (15%), portachiavi (13%), tappezzeria dell'auto (11%).