

L'obiettivo di Calzedonia e Wwf: liberare le spiagge italiane dalla plastica



A pochi giorni dalla Giornata mondiale degli oceani (8 giugno) e negli stessi giorni in cui Tom Ford, forse il più influente stilista americano, lancia un premio da 1,2 milioni di dollari per chi trova soluzioni alternative alle microplastiche, Calzedonia presenta, in collaborazione con il Wwf, un'importante iniziativa per la pulizia delle spiagge italiane da ogni tipo di rifiuto. «Ci è sembrato naturale creare questo progetto, che abbiamo chiamato #missionespiaggepulite, con Calzedonia, brand del nostro portafoglio più focalizzato, in estate, sui costumi da bagno», spiega Marcello Veronesi (nella foto qui sotto), 34 anni, membro del cda di Calzedonia Holding, fondata dal padre Sandro. La collaborazione con il Wwf durerà per tutto il 2021 e permetterà di ripulire almeno 1,5 milioni di metri quadri di spiagge italiane dalla plastica e dai rifiuti abbandonati e dispersi. L'iniziativa accompagnerà per tutta l'estate la campagna GenerAzioneMare Wwf, nata per difendere quello che viene chiamato oro o

capitale blu, l'acqua, che verrà lanciata proprio l'8 giugno.

Cambiamento culturale

«Per la mia generazione l'attenzione all'ambiente è legata a ogni comportamento, nella vita privata, in quella lavorativa e nelle abitudini di consumo – sottolinea Marcello Veronesi –. Ancora di più lo è per i miei fratelli, molto più giovani di me. La corporate social responsibility del gruppo Calzedonia però ha radici lontane e non si limita alla sostenibilità ambientale, ma comprende molti aspetti di attenzione al sociale, al territorio, alle condizioni di lavoro. Possiamo controllare e certificare praticamente ogni parte della filiera che c'è dietro ai brand del gruppo». Il primo appuntamento di #missionispiaggepulite è stato giovedì 27 maggio presso l'Oasi Wwf Trieste Miramare: oltre all'attività di pulizia (nella foto in alto), è stato organizzato un incontro con esperti che hanno guidato all'analisi dei rifiuti raccolti e una visita al museo dell'Oasi, specializzato nella biodiversità marina. Per aumentare l'impatto dell'iniziativa, che prevede un centinaio di tappe in tutta Italia, il brand Calzedonia, per ogni bikini venduto, si è impegnato a supportare Wwf per la pulizia di un metro quadrato di spiaggia.

I progetti per il futuro

«Contiamo di poter organizzare iniziative simili in altri Paesi – conclude Marcello Veronesi –. In parallelo, lavoriamo sulla sostenibilità dei nostri prodotti, investendo moltissimo in ricerca e sviluppo, perché la qualità deve essere la stessa dei prodotti "tradizionali". Per minimizzare davvero l'impatto sull'ambiente, devono essere sostenibili tutti i materiali impiegati e occorre un impegno di filiera». Un esempio dei risultati della ricerca del gruppo e del brand Calzedonia in particolare sono alcuni costumi della linea Indonesia, bikini e interi in un tessuto soft e confortevole (nella foto qui

sopra), che asciuga velocemente e soprattutto è ecologico. Il peso del filato riciclato nel tessuto necessario per un bikini, ad esempio, è equivalente al peso di cinque bottigliette di plastica da mezzo litro, per gli interi di sette.