

MF

f a s h i o n

Tessile, la nuova sfida è l'anti-covid

Dall'impiego di particelle d'argento per ridurre gli agenti patogeni alla creazione di scudi antibatterici e antimicrobici. I protagonisti della filiera Made in Italy scommettono sull'innovazione per contrastare il virus e reagire alla crisi dei consumi

L'innovazione come risposta alla crisi e come base da cui partire per rilanciare i consumi fashion. Lo sviluppo di nuove idee non si è fatto attendere, a cominciare da quello che rappresenterà un trend delle prossime collezioni: l'inserimento di tessuti e materiali anti batterici, fino alla realizzazione di vere e proprie linee covid free. Le novità già sono state annunciate e messe in vendita. A partire da Diesel. Il brand ammiraglia del gruppo Otb di Renzo Rosso ha presentato la capsule collection Diesel uprefreshing con protezione anti-microbica utilizzando la tecnologia innovativa Protector shield, combinazione di un prodotto certificato antibatterico e antimicrobico e di una barriera contro i droplet, e applicandola per la prima volta al denim. Il risultato è una collezione di venti capi, compresi alcuni modelli di felpe e T-shirt, che in base a quanto ha affermato Diesel: «Fungono da protezione indossabile contro germi e batteri». La ricerca si spinge oltre e arriva all'ambito biomedicale, come nel caso di Marzotto group che in partnership con Polygiene, realtà leader del suo settore, ha permesso al colosso di Valdagno (Vicenza) di entrare nell'ambito del trattamento antivirale denominato ViralOff per l'utilizzo su tessuti prodotti con fibre naturali come lana, li

continua a pag. 11

NELLA FOTO, UN'IMMAGINE FIRMATA XACUS X-CARE

Finanziamenti da 4,5 miliardi per Macy's

Una boccata d'ossigeno per Macy's. Il department store Usa ha annunciato di aver raccolto circa 4,5 miliardi di dollari (3,9 miliardi di euro) in nuovi finanziamenti. La somma comprende 1,3 miliardi di dollari (1,1 miliardi di euro) di obbligazioni senior precedentemente annunciate e un nuovo contratto di credito basato sulle attività immobiliari per 3,15 miliardi di dollari (2,7 miliardi di euro). Con la chiusura di questi finanziamenti, la società prevede di disporre della liquidità sufficiente per finanziare operazioni, acquistare un nuovo inventario, coprire debiti imminenti nel 2020 e 21 e consentire la sopravvivenza alla pandemia. «Siamo soddisfatti della forte domanda da parte di nuovi investitori», ha commentato il presidente e ceo di Macy's, **Jeff Gennette**. (riproduzione riservata)

Galleries Lafayette, danni per un miliardo

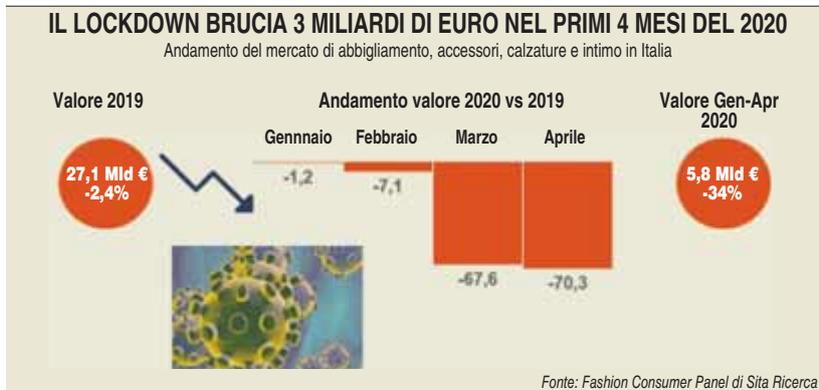
Ripresa in salita per le **Galleries Lafayette**. Il punto vendita dei grandi magazzini affacciato sugli Champs-Élysées deve fare i conti con il crollo del turismo e con l'incertezza dei parigini, che per ora preferiscono tenersi lontani dalle vie dello shopping a causa del covid-19. **Nicolas Houze**, ad di Galleries Lafayette, prevede un danno di circa un miliardo di euro. «È molto dura. Abbiamo riaperto i grandi magazzini degli Champs-Élysées l'11 maggio, ma dobbiamo confrontarci con il fatto che manchi gran parte dei clienti», ha detto Houze. «I clienti internazionali potrebbero mancare fino alla fine dell'anno, se non oltre, e questo peserà molto. Il traffico di persone è molto basso e in queste condizioni è difficile avere un reddito». (riproduzione riservata)

Distribuzione

Retail verso un rimbalzo nel 2021

Il mercato del fashion in Italia, business da 27 miliardi nel 2019, ha bruciato 3 miliardi di euro nei primi 4 mesi del 2020. Ma la ripresa si attende veloce. **Elisabetta Campana**

A un mese dalla ripartenza, il flusso nei negozi è calato in media del 50% rispetto allo stesso periodo del 2019, però migliora lentamente di settimana in settimana. Non solo. Il 90% delle persone che entra nei punti vendita acquista e spende in media più dello scorso anno. **Sita ricerca**, che con il suo «Fashion consumer panel» monitora da 30 anni i consumi di moda in Italia, fa un primo bilancio dell'impatto del covid-19 sul mercato della moda. Le vendite di abbigliamento, accessori, intimo e calzature hanno perso nei primi 4 mesi dell'anno 3 miliardi di euro, 145 milioni di capi e 5 milioni di acquirenti. «A causa dello shock subito dal settore, prevediamo che il 2020 si chiuderà con una flessione del 25% del valore del mercato fashion nella penisola, pari a 27 miliardi di euro nel 2019. Però stimiamo per 2021 un rimbalzo tecnico del 33%, che riporterà il sell out circa ai livelli del 2019», ha detto a **MFF Alessandra Mengoli**, partner di Sita ricerca. A beneficiare del lockdown sono state le vendite online: nel primo quadrimestre han-



no preso il volo, con una crescita del 14% a valore. L'e-commerce, diventato il principale canale di riferimento per il consumatore, ha raggiunto una quota del 23% rispetto al 13,1% del 2019, con un raddoppio dei nuovi e-shopper. «Nelle prime due settimane il calo del traffico è stato in media del 53%, con una crescita del 26% nella seconda settimana rispetto alla prima. La buona notizia è che il tasso di conversione è alto:

chi si reca in negozio è determinato ad acquistare e la spesa pro capite è raddoppiata», ha precisato Mengoli, proseguendo: «I negozi di provincia o nei quartieri delle grandi città con clientela fidelizzata vanno meglio». L'indagine si è svolta sulle insegne aderenti al «Fashion retail panel club», e ha sorpreso molti degli aderenti, che riunisce circa 2 mila negozi. A livello merceologico la ripartenza ha dato impulso agli acquisti

di daywear, mentre è completamente bloccata la cerimonia. E in generale è aumentato il tasso di promozione sui prodotti. «Adesso non bisogna sottovalutare il grande problema degli stock invenduti. Così come il rischio concreto della mancanza di offerta giusta nei negozi: vuoi perché le aziende hanno ridotto le collezioni della primavera-estate, vuoi per i tanti insoliti» ha chiosato Mengoli. (riproduzione riservata)

Deal

Fedon ottiene 3,5 milioni da Intesa Sanpaolo



Fedon ha ottenuto da **Intesa Sanpaolo** un finanziamento di 3,5 milioni di euro. Il prestito sarà garantito in tempi brevi da **Sace** tramite Garanzia Italia, lo strumento del decreto Liquidità destinato al sostegno delle imprese italiane colpite dall'emergenza Covid-19. Il finanziamento a Fedon, il primo finalizzato nella provincia di Belluno con Sace, mira a sostenere il costo del personale, il circolante e gli investimenti di Fedon (nella foto, una borsa). Dall'inizio dell'emergenza, l'istituto di credito ha immediatamente messo in atto una serie di misure concrete per dare supporto alle imprese (vedere **MFF** del 30 maggio). (riproduzione riservata)

Ludovica Bergeretti

segue da pag. I

no e cotone. «Abbiamo già testato ViralOff, su alcuni tessuti, con diverse composizioni e siamo molto contenti del risultato ottenuto», ha affermato **Giorgio Todesco**, ceo di **Marzotto wool manufacturing**, preannunciando che stanno continuando le sperimentazioni per garantire la resistenza del trattamento anche dopo molteplici lavaggi sia ad acqua che a secco. Il trattamento anti-virale di Marzotto, adattato al ceppo covid-19, permette di ridurre in brevissimo tempo oltre il 99% dei virus che potrebbero appoggiarsi sulla superficie del

le, Prato è all'opera per uno studio specifico su come rendere neutri al contagio i tessuti. «Alcune aziende di moquette e tessuti per allestimenti fieristici stanno lavorando per realizzare questo tipo di prodotti, ancora però da testare, mentre i lanifici hanno fatto con i laboratori della rifinitura alcuni test su tnt per camicie e mascherine e su prodotti tessili», ha spiegato a **MFF Andrea Cavicchi**, presidente di **Cid-Consorzio italiano implementazione Detox** (nato per valorizzare l'eco-sostenibilità nella moda), che poi ha aggiunto: «Come consorzio vogliamo realizzare entro settembre uno studio sui tessuti per capire come renderli neutri



Da sinistra, un'immagine Marzotto e un jeans Diesel uprefreshing

tessuto, con prestazioni garantite e testate ai sensi della norma Iso 18184, e sarà utilizzata da tutte le divisioni di Marzotto group. La tecnologia HeiQ Viroblock è invece alla base delle sperimentazioni avviate da **Albini group**, dalle quali ha preso forma il nuovo tessuto Viroformula affidato in esclusiva a **Xacus** per la camiceria (vedere *box a lato*). Si tratta di uno studio all'avanguardia dove tecnologie brevettate permettono di distruggere i virus attraverso l'utilizzo di particelle d'argento, attivatore di reazioni antivirali ad alto spettro, o attraverso liposomi, dissolvendone la membrana virale, contribuendo, così, a ridurre il rischio, la velocità di contaminazione e trasmissione di tutti gli agenti patogeni. In ambito distrettua-

o meno portatori di contagio». Sempre in ambito della città toscana, anche la società tessile **Beste**, che detiene il marchio di outerwear **Monobi**, ha siglato un accordo con il colosso elvetico **Heiq** per la fornitura del trattamento Viroblock in esclusiva per la Toscana per tessuti e abbigliamento. Come ha raccontato il titolare di Beste, **Giovanni Santi**: «In queste ore abbiamo ricevuto dalla Heiq un'ulteriore certificazione rilasciata dall'Università di Melbourne, in Australia, che attesta come grazie a Viroblock il 99,8% del Covid-19 viene ucciso entro 35 secondi dal prodotto, che non respinge il virus, ma lo elimina proprio. Tra l'altro i capi così trattati sono lavabili ad acqua e a secco e noi li abbiamo già in vendita

Xacus con Albini per la camicia X-care



«Una novità che pensiamo e speriamo sia adatta al momento», ha dichiarato a **MFF Paolo Xoccat** (nella foto), amministratore delegato di **Xacus**. La label veneta da 23 milioni di ricavi ha presentato la camicia X-care, realizzata con tessuti in grado di eliminare virus e batteri e sviluppata in collaborazione con **Albini group**. «Dopo il lockdown, siamo molto contenti di essere tornati a giocare questa partita che si preannuncia difficile, ma le idee come si può vedere non ci mancano», ha spiegato in quest'intervista. **Come vi è venuta l'idea?**

Eravamo alla ricerca di materiali specifici per realizzare le mascherine, quando siamo venuti a conoscenza della tecnologia **HeiQ-Viroblock** e del fatto che Albini, il nostro

principale fornitore tessile, la stava sperimentando sui tessuti per camiceria. A quel punto ci ha proposto di collaborare a questo progetto, che abbiamo sposato appieno.

Quali sono gli obiettivi di X-care?

Vogliamo che i nostri clienti si sentano più protetti. Ovviamente una camicia con queste caratteristiche non può rendere immuni, ma rappresenta una protezione aggiuntiva.

Sarà una capsula o avrà un futuro?

Credo che potrà continuare nel tempo. Per questa ragione, abbiamo inserito X-care all'interno della nostra linea The journey collection.

Come sta andando la ripartenza?

Le difficoltà non mancano, ma continueremo nella direzione intrapresa. (riproduzione riservata)

Andrea Guolo

con **Monobi**, con il 90% delle collezioni in negozio già con questa protezione. Inoltre forniamo la ricarica per uso domestico da mettere in lavatrice dopo alcuni utilizzi del capo». Passando all'altra città tessile per eccellenza, Biella vede l'opportunità di questo tipo di tessuti per il prossimo autunno inverno, sempre che il virus non abbia diminuito il suo impatto. «Ancora non abbiamo avuto richieste come azienda, né come associazione, perché purtroppo il coronavirus ha lasciato segni importanti sulle aziende del territorio che stanno cercando di rialzarsi e comunque non ci sono ancora conoscenze così approfondite sul virus stesso», ha poi aggiunto **Ettore Piacenza**, quattordicesima generazione di **Fratelli Piacenza** e presi-

dente della Sezione lanifici dell'**Unione Industriale Biellese**, proseguendo: «Certo, potrebbe essere un tema caldo per le prossime collezioni tessili per l'autunno inverno 2021/22, anche in base a quello che ne sarà del virus. In ogni caso ci sono già trattamenti anti batteriologici da fare in fase di rifinitura con un bagno delle pezze, ma non specifici sul Covid-19». Un caso interessante riguarda infine i pellami. Le pelli in generale, il cuoio da suola e i pellami conciatati al vegetale possono essere considerati di fatto come batteriostatici. Soprattutto i fenoli contenuti nei tannini vegetali utilizzati per la trasformazione ostacolano la crescita batterica. (riproduzione riservata)

Andrea Guolo e Matteo Minà