

MARTEDÌ 21 FEBBRAIO 2023

**L'INVASIONE Mastroto con il suo Passaporto di sostenibilità e Dani che sarà carbon neutral**

## Vicenza colonizza Milano Le eccellenze a quota 63

**Molti gli espositori vicentini che non presenteranno solo le collezioni ma anche i progressi dal punto di vista delle best practice ambientali**

---

Aziende vicentine protagoniste a Lineapelle nel segno della sostenibilità. Saranno 63 le imprese beriche a Milano, portando le novità per le prossime stagioni. Tra loro importanti concerie, come Gruppo Mastroto, Rino Mastroto, Dani, Faeda e Finco 1865, ma anche produttori di prodotti chimici per il settore - Eos e Fenice - accessori - tra cui Biasiotto, Insole e Valfussbett - e sintetici e tessuti, come Spac, Vegam e Vela Technologies. Presenti anche il Distretto Veneto della Pelle e l'Its Green Leather Manager - Fondazione Cosmo. Accanto ai prodotti saranno presentate anche le buone pratiche sul piano della sostenibilità ambientale, in un settore che da anni si sta impegnando a ridurre il proprio impatto. Tra questi il Gruppo Mastroto presenterà il "Passaporto di sostenibilità", come spiega la presidente Chiara Mastroto. «Viaggiare significa decidere una meta, scoprire nuovi orizzonti, affrontare nuove sfide - afferma - Questo passaporto racconta il nostro Sustainability Journey che ci ha portato ad ottenere nel tempo importanti traguardi, come il raggiungimento della carbon neutrality di scope 1 e 2 di Gruppo Mastroto Express - il più grande hub logistico al mondo di pelli in pronta consegna con oltre 40 collezioni e 1.500 colori disponibili - e le certificazioni ambientali di prodotto. Il documento rappresenta un invito a tutta la filiera della moda a unirsi a noi in questo viaggio verso la sostenibilità, nella convinzione che solo attraverso un impegno serio e condiviso da parte dell'intera supply chain è possibile assicurare lo sviluppo sostenibile per le future generazioni». Tra le tappe di questo viaggio ci sono "Reviva", il materiale dedicato al mondo del fashion capace di riutilizzare gli scarti di pelle finita e di completare così la circolarità del processo di valorizzazione di sottoprodotto tipico del ciclo conciario, ma anche la nuova certificazione ambientale di prodotto per pelle e articoli in pelle Leather Standard by Oeko-Tex, che garantisce l'acquisto di prodotti sicuri per la salute delle persone e dell'ambiente, che Gruppo Mastroto presenterà proprio a Lineapelle, dove porterà le nuove collezioni primavera-estate 2024 "Core" e "Blending". Chi ha intrapreso da tempo la strada della sostenibilità è anche Dani, che a Lineapelle riceverà la certificazione Standard Iso 14064-1, che certifica la carbon footprint rendicontando le emissioni Ghg. Dnv, ente di certificazione indipendente ed accreditato, ha verificato la conformità della rendicontazione relativa all'anno 2021. Accanto a un progetto di progressiva riduzione delle emissioni che partirà nel 2023, l'azienda ha deciso di compensare fin da subito le emissioni attraverso l'adesione a progetti pensati e certificati in paesi in via di sviluppo. «Come azienda - sottolinea il titolare Giancarlo Dani - abbiamo fatto del green una bandiera e siamo stati tra i primi a redigere un bilancio sociale. Da anni siamo molto impegnati contro il cambiamento climatico, tra gli apripista anche in ambito nazionale. Grazie a queste compensazioni possiamo già affermare di essere carbon neutral. A Lineapelle porteremo prodotti zero impact e pelli conciate senza metalli, che vanno nella direzione che chiede il mercato. Dobbiamo cercare di avere un prodotto di economia circolare, conciato con ciò che ci offre la natura e non che andiamo a toglierle. Il nostro territorio è cresciuto molto anche sotto l'aspetto della sostenibilità, può migliorare ma siamo un'eccellenza». La speranza, adesso, è che il mercato inverta la rotta, anche se l'azienda ha vissuto un 2022 positivo. «Gli ultimi mesi sono stati molto calmi e il primo semestre si preannuncia sotto tono. L'auspicio è che nel secondo possa esserci una svolta, con un abbassamento dell'inflazione e la fine di questa situazione di depressione, dovuta ai tanti aumenti. Noi lavoriamo per un mercato medio-

alto e questo ci ha portati a fatturare circa il 10% in più l'anno scorso e anche quest'anno vorremmo essere un po' aggressivi. Abbiamo già superato i livelli prepandemia».. © RIPRODUZIONE RISERVATA