

**RASSEGNA STAMPA
EUROJERSEY
DAL 01 AL 28 NOVEMBRE 2025**

Issue 042

42

textures

SPAZIOGREEN 4SUSTAINABILITY

writer Beatrice Guidi

www.4sustainability.it

BRAND E FILIERA PER LA TRANSIZIONE SOSTENIBILE NELLA MODA

OLTRE CINQUECENTO PARTECIPANTI E OSPITI DI RILIEVO – TRA BRAND ED ECCELLENZE DELLA FILIERA – PER LA DODICESIMA EDIZIONE DELL'EVENTO ANNUALE 4SUSTAINABILITY, OSPITATA IL 3 OTTOBRE 2025 DALLO STABILIMENTO PRODUTTIVO DI EUROJERSEY.



Momenti della dodicesima edizione di 4sustainability svoltosi presso il sito produttivo Eurojersey a Caronno Pertusella il 3 ottobre 2025.

Si chiude con un grande successo la dodicesima edizione dell'Evento annuale 4sustainability, divenuto un appuntamento fisso per gli addetti ai lavori che vogliono confrontarsi sulla transizione sostenibile, la grande sfida su cui si gioca il futuro del settore moda. E lo fanno non in astratto, ma condividendo dati, strategie, case study e metodi, senza chiudere gli occhi di fronte alle criticità. A ospitare

l'evento, tenutosi nella mattinata di venerdì 3 ottobre 2025, lo stabilimento produttivo di Eurojersey a Caronno Pertusella, in provincia di Varese. Protagonista dell'iniziativa è Ympact, ecosistema che connette i brand alle loro filiere, permettendo di tracciare i dati chiave di prodotti e processi, monitorare la compliance di filiera, misurare e ridurre gli impatti, ottimizzare l'operatività

delle aziende. Il tutto in linea con le richieste del mercato e gli sviluppi normativi. Ympact è l'unica piattaforma che può implementare il framework 4sustainability, con cui le aziende possono misurare le proprie performance sulle dimensioni chiave della sostenibilità del settore. Questo brand riunisce le aziende del gruppo YHub, che ha visto l'ingresso nella compagine societaria di Foro delle Arti (Holding di Brunello Cucinelli s.p.a.), Matteo Marzotto, Federico Marchetti, Giorgio Armani s.p.a. e Fondazione del Tessile Italiano. Il sistema Ympact è pensato per facilitare l'adozione del Passaporto Digitale di Prodotto (DPP), reso obbligatorio dal regolamento europeo Ecodesign (ESPR): un tema al centro del dialogo tra Michele Zuccheri (Head of Business Development, Certilogo) e Carolyn Bernier (Coordinatore, CIRPASS-2 consurtium), moderato da Martina Schiuma (Global Strategic and Partnership, Ympact).

Nel corso della mattinata di lavoro sono stati molti i temi affrontati dai relatori e dai partecipanti alle tavole rotonde: il monitoraggio, la tracciabilità e le diverse strategie adottate dalla aziende tessili e del fashion, fino al rivoluzionario Protocollo d'intesa per la legalità dei contratti di appalto nelle filiere produttive della moda.

Hanno espresso grande soddisfazione i due co-founder di Ympact, Francesca Rulli (ideatrice del framework 4sustainability®) e Massimo Brandellero (founder di The ID Factory): «Anche quest'evento, con oltre 500 partecipanti, conferma l'interesse del settore ai percorsi condivisi per la moda responsabile: brand e filiera sono chiamati a collaborare



per tracciare processi e prodotti, e monitorare l'impatto ambientale e sociale verso nuovi modelli di produzione sostenibile.

Con Ympact, supportiamo i percorsi di brand e filiera in questa direzione attraverso competenze, metodologie e tecnologie a supporto».

english text

BRANDS AND SUPPLY CHAIN FOR THE SUSTAINABLE TRANSITION IN FASHION

Over five hundred participants (in person and online) and a distinguished audience of guests, including representatives of major international brands and leading Italian supply chain leaders. The twelfth edition of the annual 4sustainability event concluded with great success, becoming a regular event for industry professionals seeking to discuss the sustainable transition, the major challenge facing the future of the fashion industry. And they do so not in the abstract, but by sharing data, strategies, case studies, and methods, without turning a blind eye to critical issues. The event, held on the morning of Friday, October 3, 2025, was hosted by the Eurojersey production facility in Caronno Pertusella, in the province of Varese.

The initiative focuses on Ympact, an ecosystem that connects brands to their supply chains, enabling them to track key product and process data, monitor supply chain compliance, measure and reduce impacts, and optimize company operations. All this is in line with market demands and regulatory developments. Ympact is the only platform that can implement the 4sustainability framework, allowing companies to measure their performance across key sustainability dimensions in the sector. This brand brings together the companies of the YHub group, which recently saw the entry of Foro delle Arti (Holding of Brunello Cucinelli s.p.a.), Matteo Marzotto, Federico Marchetti, Giorgio

Armani s.p.a., and the Fondazione del Tessile Italiano into its shareholding structure. The Ympact system is designed to facilitate the adoption of the Digital Product Passport (DPP), made mandatory by the European Ecodesign Regulation (ESPR). This topic was the focus of the discussion between Michele Zuccheri (Head of Business Development, Certilogo) and Carolyn Bernier (Coordinator, CIRPASS-2 consortium), moderated by Martina Schiuma (Global Strategic and Partnership, Ympact).

During the morning's work, speakers and roundtable participants addressed numerous topics, including monitoring, traceability, and the various strategies adopted by textile and fashion companies, all the way to the revolutionary Memorandum of Understanding for the legality of procurement contracts in the fashion supply chain.

Ympact's two co-founders, Francesca Rulli (creator of the 4sustainability® framework) and Massimo Brandellero (founder of The ID Factory), expressed great satisfaction: "This event, with over 500 participants, confirms the industry's interest in shared paths for responsible fashion: brands and supply chains are called upon to collaborate to track processes and products and monitor environmental and social impact toward new sustainable production models. With Ympact, we support brands and supply chains in this direction through expertise, methodologies, and supporting technologies."

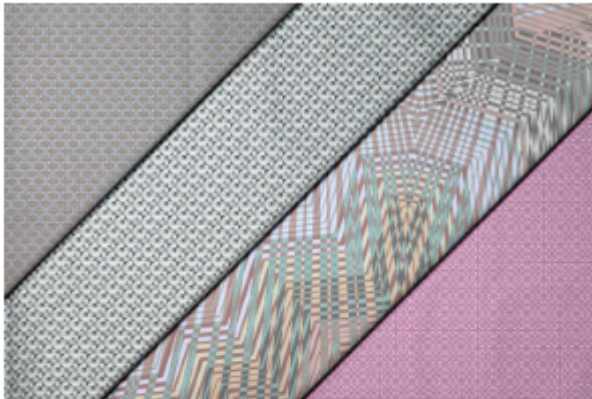


Si chiama "Upgrade Your Life" il frutto della collaborazione tra Eurojersey e The Lycra Company per nuovi abiti maschili.

Protagonisti del progetto sono i tessuti Sensitive Fabrics powered by Lycra fibre, sviluppati per dare alla moda maschile una nuova estetica del comfort e dell'eleganza, 24 ore su 24.

Il risultato è un guardaroba essenziale ma smart, perfetto per affrontare la vita metropolitana, dall'ufficio agli appuntamenti informali, da mattina a sera. Di fatto Lycra ha potenziato la vestibilità e le performance dei tessuti Sensitive Fabrics.

New Sensitive Fabrics collection fuses performance & style 03/11/2025



Italian warp knitter Eurojersey presented its new Sensitive Fabric ranges for SS 2027 at Performance Days last week. The company develops a wide array of digital print motifs that work well on the super flat surface of Sensitive Fabrics.

Key highlights of the upcoming spring-summer season include new geometric patterns and micro-motifs that are akin to mock solids. The three main themes for the season span upscale sports such as golf and tennis, with Elitarian, with micro-geometric motifs in pretty pastels. "These are safe and elegant

choices," Michela delle Donne, marketing director, told *Sportstextiles*. Utilitarian has a more outdoorsy and botanical mood with orange as a key colour, and for high intensity sports such as fitness or cycling, Dazzling features a series of vivid and vibrant optical effects and kinetic motifs. "Thanks to our Sculpt Sensitive Fabric, which has 41% elastane, the patterns stay very clean and sharp, they are not distorted when the fabric is stretched," she added.

Sensitive has become the go-to fabric for many well-known sports brands from Moncler to Pas Normal Studios and to cult French running brand Satisfy.

Image courtesy of Eurojersey shows Elitarian theme

“UPGRADE YOUR LIFE”: EUROJERSEY E LYCRA RIDISEGNANO IL MENSWEAR

SCRITTO IL 5 NOVEMBRE 2025. PUBBLICATO IN BLOG, MODA, TENDENZE, TESSUTI.



Eurojersey e The LYCRA Company lanciano “*Upgrade Your Life*”, un nuovo concetto di menswear dove performance, comfort e stile si fondono nei tessuti Sensitive® Fabrics, realizzati con fibre LYCRA®. Il progetto ridefinisce l'abbigliamento formale maschile, pensato per chi affronta giornate intense e dinamiche,



passando senza soluzione di continuità dall'ufficio agli impegni social, con capi sempre impeccabili e versatili. Gli abiti sviluppati da Eurojersey e The LYCRA Company uniscono funzionalità e raffinatezza, offrendo vantaggi concreti come asciugatura rapida, proprietà anti-piega e resistenza all'usura, garantendo sempre una vestibilità perfetta.

La collezione interpreta l'eleganza moderna senza rinunciare al comfort, permettendo a chi li indossa di affrontare imprevisti e ritmi serrati con sicurezza e stile. Al centro del progetto ci sono i tessuti Sensitive® Fabrics powered by LYCRA® fibre, progettati per offrire un'esperienza di vestibilità senza precedenti, dal day-to-night.

La versatilità diventa elemento chiave: la praticità e la leggerezza dello sportswear si combinano con l'appel sofisticato dell'abbigliamento formale, dando vita a un guardaroba essenziale ma smart, pensato per il ritmo della vita urbana e metropolitana.



SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey
ITALIA – THESTYLELIFT.COM - 05 NOVEMBRE 2025
Period: WEB

Grazie alla tecnologia brevettata e alle fibre LYCRA®, i tessuti combinano elasticità, traspirabilità, memoria di forma e resistenza, adattandosi naturalmente ai movimenti del corpo e mantenendo un aspetto impeccabile anche dopo ore di utilizzo o un viaggio in valigia. Questo connubio tra tecnologia e design permette di creare capi che non solo accompagnano la giornata, ma ne migliorano la qualità, trasformando l'abbigliamento da semplice necessità a vero alleato del lifestyle contemporaneo.

“Upgrade Your Life” è un invito a vivere un nuovo modo di vestire: dove estetica, funzionalità, comfort e innovazione si incontrano per ridefinire l'eleganza quotidiana, 24 ore su 24, accompagnando chi li indossa in ogni momento della giornata con stile, sicurezza e libertà di movimento

in foto: “Upgrade you life”, la nuova collaborazione Eurojersey e LYCRA

EUROJERSEY AND THE LYCRA COMPANY PRESENT "UPGRADE YOUR LIFE"

5 November 2025 ⌚ 2 Mins Read

A new menswear concept where performance, elegance and innovation come together with **Sensitive® Fabrics** made with LYCRA® fibre.



Milan, October 2025 – The future of everyday dressing takes shape. With "Upgrade Your Life", **EUROJERSEY** – a symbol of Italian excellence in the production of stretch technical fabrics under the **Sensitive® Fabrics** brand – and The LYCRA Company – global leader in the development of fibres and fabrics for the textile and apparel industries – present the new frontier of men's formalwear.



Garments designed to meet the needs of those who live each day to the fullest, transitioning seamlessly from office hours and business trips to more informal social moments. Perfectly aligned with the contemporary lifestyle, these garments help the wearer feel confident and impeccably dressed, even when facing small daily challenges, thanks to innovative benefits such as quick drying and wrinkle resistance.



At the heart of the project are Sensitive® Fabrics powered by LYCRA® fibre, developed to express a new aesthetic of comfort and elegance, from day to night. A way of dressing that fits every occasion, where versatility is key and where sportswear functionality meets the refined appeal of formalwear.

The result is a smart yet essential wardrobe, ideal for keeping pace with the dynamic rhythm of city life, from morning to night.



Made with patented technology, Sensitive® Fabrics powered by LYCRA® fibre stand out for their comfort, breathability, durability, and exceptional shape memory. EUROJERSEY's expertise merges with the advanced properties of LYCRA® fibre, which further enhances the fit and performance of Sensitive® Fabrics. The result is garments that move naturally with the body, maintaining their shape and flawless appearance even after hours of wear or time spent packed in a suitcase.



Upgrade Your Life is an invitation to embrace a new lifestyle – one where clothing is no longer a constraint, but an ally. Where aesthetics and functionality, technology and comfort, come together to redefine the rules of everyday elegance, 24 hours a day.

Performance Days: So geht Innovation und Community

Die Münchner Sourcing-Plattform zeigt ein noch ausgefeilteres Konzept und Fokus auf textilem Recycling. Kann sie vom Umzug der Ispo nach Amsterdam profitieren?



Innovation sichtbar machen:
Kooperation mit der Future
Fabrics Expo

Text: **Elke Dieterich**

Schon beim Eintritt in die Hallen sind die positiven Vibes zu spüren. Es hat etwas von einer eingeschworenen Community auf den Performance Days in München. Von Anfang an ist die Besucherfrequenz in beiden A-Hallen auf dem Münchner Messegelände konstant gut. Gesprächsrunden und Vorträge sind ausnahmslos stark besucht. Das Networking funktioniert – an Ständen, auf den Gängen, beim Getränk an der Italian Bar oder bei Kaffee und frisch gebackener Waffel am TW-Bulli. Und das in einer Zeit, in der Sourcing-Messen generell keine Selbstläufer mehr sind, wie die vergangenen Stoffmessen gezeigt haben. „Die Branche reagiert eindeutig auf Qualität, Relevanz und Glaubwürdigkeit. Unser

Konzept funktioniert, weil es Innovation mit Verantwortung verbindet – und genau das braucht der Markt derzeit“, betont Gründer und CEO der Performance Days, Marco Weichert.

Konzept weitergedreht

So registriert die Messe schon am ersten Tag 2.457 Besucher, das sind rund 400 mehr als bei der Herbst-Veranstaltung im vergangenen Jahr. Schlussendlich werden es 4327, die das Angebot von rund 550 Aussteller mit knapp 600 Brands in diesem Spezial-Segment nutzen. „Ich hatte einen Termin nach dem anderen und bin gar nicht vom Stand weggekommen“, ist von vielen Ausstellern zu hören. „Eine der besten Messen für funktionelle Textilien“, lobt nicht nur Oya Barlas



Binguel von der in Israel ansässigen ICL Group. Wie sie nutzt auch Jonathan Mersereau von Laminat-Spezialisten DimensionPolyant den Messeauftritt, um im europäischen Markt stärker Fuß zu fassen. Wie bei der vergangenen März-Veranstaltung bereits angekündigt, haben die Messemacher das Konzept weitergedreht. Dazu zählt auch „Day0“, das Forum am Tag vor der Messe. Diesmal neu als interaktiver Workshop mit der Überschrift „In nature there is no waste“, moderiert von der Nachhaltigkeits-Expertin Bowie Miles. 90 Aussteller, Produktleute und Designer tauschten sich darüber aus, wie sich Müll vermeiden lässt, was man diesbezüglich von der Natur lernen kann und wie eine bessere Zusammenarbeit aussehen könnte, um sich nicht aus der Verantwortung zu ziehen.

„Die Performance Days werden jedes Jahr ausgefeilter, weil die Veranstalter auf Aussteller- und Besucherwünsche eingehen und an den entsprechenden Schrauben drehen“, sagt Florian Schneiderbanger von PrimaLoft, dem US-amerikanischen Experten für synthetische Isolationen.

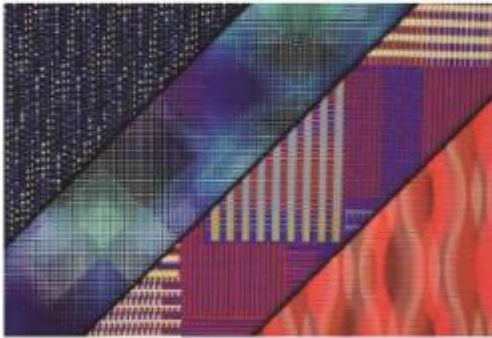
Profitieren vom Ispo-Umzug

Ein anderes Thema, das alle bewegt, ist der Umzug der Ispo von München nach Amsterdam unter der Leitung der Raccoon Media Group in Zusammenarbeit mit der Messe München. Könnten sich dadurch neue Chancen für die Performance Days eröffnen? „Wir spüren schon seit einiger Zeit, dass heimatlose Firmen vermehrt Interesse zeigen. Aber sie müssen unseren Qualitätswünschen entsprechen und in unser Nachhaltigkeits-Konzept passen“, betont Habbicht.

Michele Delle Donne von Sensitive Fabrics by Eurojersey sieht es pragmatisch: „Wenn die Ispo nicht mehr in München ist, werden die Performance Days die Messe für funktionelle Sportswear sein. Hier gibt es sehr viel Inspiration und hier findet viel Networking statt. München ist Trendsetter, was Innovation angeht.“ Active Sportswear sei schließlich seasonless. Während das Interesse an Funktionsstoffen im Luxussegment stagniere gebe es für Labels, die einen sportiven City Look anbieten, der sowohl für Sport-Aktivitäten als auch als lifestyliges Outfit funktioniere, große Wachstumsmöglichkeiten. Und auch das hat etwas von positiven Vibes und Community-Gedanken. ○

Sensitive Fabrics by Eurojersey

Für Frühjahr/Sommer 2027 setzt der italienische Funktionsstoffanbieter Eurojersey für seine Sensitive Fabrics verstärkt auf komfortable Leichtgewichte mit neuen Texturen wie Mesh, Piqué und Minikaros, die darüber hinaus auch als Druck gespielt werden. Im Fokus stehen dreidimensionale Elastizität, Kompression und Bewegungsfreiheit, unterteilt in drei Themen:



Dazzling zeigt intensive Farben, dynamische Drucke, lässt intensive Blautöne mit Rot und Orange verschmelzen. Mikrogeometrische Drucke, Vichy-Karos und grafische Effekte betonen die energetischen Momente der Kollektion, die auf Lauf- und Radbekleidung sowie Fitness-Outfits zielt.



Elitarian zelebriert Sport als Ausdruck von Stil und Eleganz. Pastellfarben und Ton-in-Ton-Muster eignen sich für Spielfeld und Lifestyle – von Tennis über Golf bis hin zu Pilates, Yoga und Club. Tradition mit zeitgemäßem Touch.



Utilitarian präsentiert Camouflage-Prints der neuen Generation. Pflanzenmotive und Leder-Effekte zeigen die Nähe zur Natur. Vom Trekking-Outfit bis zur urbanen Freizeitbekleidung. Für Dynamik im Alltag. DE ○

SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey
ITALIA – LEGATUMORI.MI.IT - 06 NOVEMBRE 2025
Period: WEB

Nastro Blu 2025: tour visite gratuite

🕒 2 min lettura • News • A cura di Redazione LILT • Ultimo aggiornamento: 6 Novembre 2025



La prevenzione maschile si tinge di blu nel mese di novembre. LILT lancia la campagna Nastro Blu con appuntamenti gratuiti dedicati alla prevenzione dei tumori maschili.

Prendersi cura della propria salute parte dalla prevenzione. Novembre segna il ritorno della **campagna Nastro Blu** con cinque giornate dedicate agli uomini: visite gratuite per individuare precocemente il tumore al testicolo e il tumore alla prostata, la neoplasia più diagnosticata negli uomini.

Il tour della prevenzione: calendario e location

Dal 26 al 30 novembre 2025 il nuovo ambulatorio mobile della LILT farà tappa nelle piazze di Milano (e provincia) e Monza. A bordo dell'ambulatorio su ruote sarà possibile sottoporsi gratuitamente a una visita urologica di prevenzione del tumore alla prostata o del tumore ai testicoli, in base all'età e alla storia clinica personale.

Prevenzione in azienda

La salute degli uomini è al centro anche dell'attenzione di numerose aziende che hanno scelto di investire sul benessere dei propri collaboratori. Grazie alla partnership con LILT, offrono ai dipendenti visite specialistiche e momenti di sensibilizzazione sulla prevenzione oncologica.

Un ringraziamento speciale va a: Agrati, Air Liquide, AMTrust, Autogrill, BCC Milano, BCG, Bouygues, Campari, Casio, Cassina, Cesi, DHL, Doc, Dual, Edwards, Elea, Eurojersey, Europ Assistance, Fratelli Giacomel, Freshways, Hitachi, Christian Louboutin, Mondadori, Nokia, Paramount, Prada, Puig, Roveda 1955, Saras, SEA Airports, Unicredit Life Insurance, Visulmade, Zambon.

Eurojersey et The Lycra Company présentent « Upgrade Your Life »

Un nouveau concept de mode masculine où la performance, l'élégance et l'innovation se rencontrent grâce aux tissus **Sensitive Fabrics** fabriqués avec la fibre LYCRA®.



Credits: The Lycra Company

L'avenir de l'habillement quotidien prend forme. Avec « Upgrade Your Life », **EUROJERSEY** – symbole de l'excellence italienne dans la production de tissus techniques extensibles sous la marque **Sensitive® Fabrics** – et The LYCRA Company – leader mondial dans le développement de fibres et de tissus pour les industries du textile et de l'habillement – présentent la nouvelle frontière des vêtements formels pour hommes.

Des vêtements conçus pour répondre aux besoins de ceux qui vivent chaque jour intensément, passant sans problème des heures de bureau et des voyages d'affaires à des moments sociaux plus informels. Parfaitement alignés avec le style de vie contemporain, ces vêtements permettent à celui qui les porte de se sentir confiant et impeccablement habillé, même lorsqu'il fait face aux petits défis quotidiens, grâce à des avantages innovants tels que le séchage rapide et la résistance aux plis.



Credits: The Lycra Company

Au cœur du projet se trouvent les tissus Sensitive® Fabrics avec la fibre LYCRA®, développés pour exprimer une nouvelle esthétique de confort et d'élégance, de jour comme de nuit. Une façon de s'habiller adaptée à chaque occasion, où la polyvalence est essentielle et où la fonctionnalité du sportwear rencontre l'attrait raffiné du vêtement formel.



Credits: The Lycra Company

Le résultat est une garde-robe à la fois élégante et essentielle, idéale pour suivre le rythme dynamique de la vie urbaine, du matin au soir. Fabriqués avec une technologie brevetée, les tissus Sensitive[®] Fabrics avec la fibre LYCRA[®] se distinguent par leur confort, leur respirabilité, leur durabilité et leur mémoire de forme exceptionnelle. L'expertise d'EUROJERSEY se combine aux propriétés avancées de la fibre LYCRA[®], qui améliore encore le porter, le tombé et les performances des tissus Sensitive[®]. Le résultat : des vêtements qui bougent et suivent naturellement avec le corps, conservant leur forme et leur allure impeccable même après plusieurs heures portées ou rangés dans une valise.



Credits: The Lycra Company

Upgrade Your Life est une invitation à adopter un nouveau style de vie, où les vêtements ne sont plus une contrainte, mais un allié. Où esthétique et fonctionnalité, technologie et confort, s'unissent pour redéfinir les codes de l'élégance quotidienne, 24 heures sur 24.

Credits: The Lycra Company

Sensitive[®]
FABRICS

Tra impegno e numeri, l'impatto della moda è ancora molto alto

L'industria e il pianeta. Mentre in Brasile si discute di ambiente alla Cop30, gruppi e aziende pubblicano report e lanciano iniziative di sostenibilità. Ma anche i migliori fanno fatica a raggiungere gli obiettivi

Chiara Beghelli

La salvezza di chi ha a cuore la salute del pianeta è rivolta in questi giorni a Belém, nella foresta amazzonica, dove fino al 21 novembre si tiene la 30esima Conferenza delle Parti della Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, la Cop30: 50mila delegati da tutto il mondo stanno discutendo del futuro climatico della Terra, a 33 anni dall'Earth Summit di Rio de Janeiro, nel quale furono firmati gli storici Accordi di Rio, e a ben 53 dal meeting di Stoccolma nel quale per la prima volta si affrontò il tema dell'impatto delle attività umane sull'ambiente. L'ottimismo di poterlo fermare, o contenere, è minore di allora. Mancano appena cinque anni per raggiungere i Sustainable Development Goals fissati dalle Nazioni Unite al 2030, e le emissioni di CO2 continuano ad aumentare, pur se meno velocemente che in passato.

Subito dopo il meeting di Rio, Lvmh, oggi il più grande gruppo del lusso al mondo, inaugurò il suo "dipartimento per l'ambiente", primo passo del percorso verso la sostenibilità dell'industria della moda, consapevole di essere fra quelle con un maggior impatto sulle risorse e il benessere della Terra. A 33 anni di distanza, cresciuta fino a diventare un business globale da 1,3 trilioni di dollari, la moda è ancora la seconda industria per consumo di risorse idriche ed è responsabile del 2-8% delle emissioni globali di gas serra. Ma per molti attori, anche se certo non per tutti, l'impegno a migliorare è autentico: proprio il giorno dell'apertura della Cop30, The Fashion Pact (ong

che coinvolge i ceo di gruppi e aziende del settore, come Chanel, Zegna, Moncler e Prada, per raggiungere le emissioni zero alla moda) ha presentato un nuovo progetto, l'European Accelerator, per supportare il calo delle emissioni dei fornitori lungo tutta la filiera, a partire da quella italiana, attraverso un'armonizzazione dei dati raccolti, per una loro migliore comprensione, ma anche un accesso a finanziamenti per permettere ad aziende spesso di piccole dimensioni di affrontare complesse transizioni, dal momento che la decarbonizzazione del sistema moda europeo, secondo una stima di Teha Group, potrà costare 4,4 miliardi di euro entro il 2030.

La strada verso l'impatto zero è ambiziosa, ma ricca di incertezze e ostacoli anche per gruppi "nativi-sostenibili" come Patagonia, che tre anni fa ha deciso di dare la sua spallata al capitalismo estrattivo cambiando assetto societario a favore del pianeta Terra (si veda il colonnino in pagina). Il suo report di sostenibilità più recente, il primo da quell'atto rivoluzionario, si chiama significativamente "Work in Progress", e oltre a elencare gli obiettivi raggiunti (come la totale eliminazione dei pericolosi Pfas dai prodotti) con onestà ammette quelli che sono più complessi da ottenere: per esempio, nonostante si sia fissato il 2040 come anno delle emissioni zero, Patagonia nell'anno fiscale 24-25 ha emesso ancora 178.711 tonnellate cubiche di CO2, e per quanto la ricerca tecnologica sia seria e incessante, la percentuale di utilizzo dei materiali sintetici riciclati è all'84%, quando l'obiettivo era la totalità.

Casi come quello di Patagonia, cer-

tificata B Corp già dal 2011 e con un punteggio di anno in anno migliore, sono esempio per tutta l'industria. In Italia, a stilare approfonditi report di sostenibilità è per esempio Manteco, azienda tessile del distretto di Prato, che grazie a brevetti come ReviWool nel 2024 ha risparmiato 80mila tonnellate di CO2 equivalente (il 19% in meno del 2023), oltre 14 ettolitri cubici di acqua (-18,95%) e 167,81 terajoule di energia (-22,72%). Restando nel tessile, nel più recente Footprint Report di Eurojersey, azienda del gruppo Carvico, attraverso innovativi sistemi di climatizzazione e recupero delle acque, è riuscita a far calare dell'11% il consumo energetico per unità di tessuto prodotto. «Le aziende e la società possono mettere fine a questa apatia, a questa fatale forma di capitalismo estrattivo che ci ha portato qui - ha scritto Yvon Chouinard, fondatore di Patagonia, nell'introduzione al report -. Ma dobbiamo fare il primo passo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In Italia aziende tessili come Manteco ed Eurojersey investono in brevetti e tecnologie per ridurre le emissioni

Patagonia, tra le più ambientaliste, certifica i progressi ma ammette che alcune sfide sono più difficili del previsto

Servizio | Moda e ambiente

Sostenibilità, l'impatto della moda è ancora molto alto. Ma cresce l'impegno

di Chiara Beghelli

14 novembre 2025



I punti chiave

- The Fashion Pact lancia l'acceleratore europeo
- Da Patagonia a Eurojersey, l'impegno delle imprese

L'attenzione di chi ha a cuore la salute del pianeta è rivolta in questi giorni a Belém, nella foresta amazzonica, dove fino al 21 novembre si tiene la 30esima Conferenza delle Parti della Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, la Cop30: 50mila delegati da tutto il mondo stanno discutendo del futuro climatico della Terra, a 33 anni dall'Earth Summit di Rio de Janeiro, nel quale furono firmati gli storici Accordi di Rio, e a ben 53 dal meeting di Stoccolma nel quale per la prima volta si affrontò il tema dell'impatto delle attività umane sull'ambiente.

L'ottimismo di poterlo fermare, o contenere, è minore di allora. Mancano appena cinque anni per raggiungere i Sustainable Development Goals fissati dalle Nazioni Unite al 2030, e le emissioni di CO2 continuano ad aumentare, pur se meno velocemente che in passato. Subito dopo il meeting di Rio, Lvmh, oggi il più grande gruppo del lusso al mondo, inaugurò il suo "dipartimento per l'ambiente", primo passo del percorso verso la sostenibilità dell'industria della moda, consapevole di essere fra quelle con un maggior impatto sulle risorse e il benessere della Terra.

The Fashion Pact lancia l'acceleratore europeo

A 33 anni di distanza, cresciuta fino a diventare un business globale da 1,3 trilioni di dollari, la moda è ancora la seconda industria per consumo di risorse idriche ed è responsabile del 2-8% delle emissioni globali di gas serra. Ma per molti attori, anche se certo non per tutti, l'impegno a migliorare è autentico: proprio il giorno dell'apertura della Cop30, The Fashion Pact (ong che coinvolge i ceo di gruppi e aziende del settore, come Chanel, Zegna, Moncler e Prada, per raggiungere le emissioni zero alla moda) ha presentato un nuovo progetto, l'European

Accelerator, per supportare il calo delle emissioni dei fornitori lungo tutta la filiera, a partire da quella italiana, attraverso un'armonizzazione dei dati raccolti, per una loro migliore comprensione, ma anche un accesso a finanziamenti per permettere ad aziende spesso di piccole dimensioni di affrontare complesse transizioni, dal momento che la decarbonizzazione del sistema moda europeo, secondo una stima di Teha Group, potrà costare 4,4 miliardi di euro entro il 2030.

Da Patagonia a Eurojersey: l'impegno delle imprese

La strada verso l'impatto zero è ambiziosa, ma ricca di incertezze e ostacoli anche per gruppi "nativi-sostenibili" come **Patagonia**, che tre anni fa ha deciso di dare la sua spallata al capitalismo estrattivo cambiando assetto societario a favore del pianeta Terra (si veda il colonnino in pagina). Il suo report di sostenibilità più recente, il primo da quell'atto rivoluzionario, si chiama significativamente "Work in Progress", e oltre a elencare gli obiettivi raggiunti (come la totale eliminazione dei pericolosi Pfas dai prodotti) con onestà ammette quelli che sono più complessi da ottenere: per esempio, nonostante si sia fissato il 2040 come anno delle emissioni zero, Patagonia nell'anno fiscale 24-25 ha emesso ancora 178.711 tonnellate cubiche di CO₂, e per quanto la ricerca tecnologica sia seria e incessante, la percentuale di utilizzo dei materiali sintetici riciclati è all'84%, quando l'obiettivo era la totalità. Casi come quello di Patagonia, certificata B Corp già dal 2011 e con un punteggio di anno in anno migliore, sono esempio per tutta l'industria. In Italia, a stilare approfonditi report di sostenibilità è per esempio **Manteco**, azienda tessile del distretto di Prato, che grazie a brevetti come ReviWool nel 2024 ha risparmiato 80mila tonnellate di CO₂ equivalente (il 19% in meno del 2023), oltre 14 ettolitri cubici di acqua (-18,95%) e 167,81 terajoule di energia (-22,72%). Restando nel tessile, nel più recente Footprint Report di **Eurojersey**, azienda del gruppo Carvico, attraverso innovativi sistemi di climatizzazione e recupero delle acque, è riuscita a far calare dell'11% il consumo energetico per unità di tessuto prodotto. «Le aziende e la società possono mettere fine a questa apatia, a questa fatale forma di capitalismo estrattivo che ci ha portato qui - ha scritto Yvon Chouinard, fondatore di Patagonia, nell'introduzione al report -. Ma dobbiamo fare il primo passo».

Dossier

Travelwear, vestire il viaggio

17 NOVEMBRE
2025

SEGUITECI, INDIETRO NEL TEMPO, PER SCOPRIRE L'EVOLUZIONE DI QUESTA CATEGORIA DI ABBIGLIAMENTO CHE OGGI RAPPRESENTA UN MERCATO IN FORTE ESPANSIONE



Attraversare paesaggi selvaggi, imbarcarsi per una crociera da sogno o passeggiare per le strade di una metropoli vivace: un guardaroba adeguato è parte integrante dell'esperienza. Dal cappotto di lana degli esploratori medievali al reggiseno tecnico senza cuciture dell'influencer in sosta a Tokyo, gli abiti da viaggio sono sempre stati uno specchio del loro tempo. Più che una semplice tendenza, il "travelwear" è diventato una categoria a sé stante nell'industria della moda, al crocevia tra comfort, funzionalità, stile e identità. Questo segmento, che oggi sta esplodendo sotto la spinta del turismo esperienziale, delle crociere di lusso e della mobilità ibrida, affonda le sue radici in diversi secoli di evoluzione dell'abbigliamento.

Bagagli modulari, valigie leggere, formati cabina ottimizzati



Le parole chiave del guardaroba nomade

Fare la valigia è spesso un delicato equilibrio tra stile, comfort e praticità. L'essenziale è puntare su capi versatili, leggeri e pensati per muoversi, senza rinunciare allo stile. Un guardaroba da viaggio ben studiato coniuga eleganza controllata e libertà di movimento.

Materiali intelligenti

La scelta dei materiali è fondamentale: tessuti traspiranti, che assorbono l'umidità e si asciugano rapidamente, leggeri, per ridurre al minimo l'ingombro, non stropicciabili, sempre impeccabili e senza bisogno di stiratura. In generale, i tessuti tecnici a base di fibre sintetiche come il poliestere o il poliammide offrono una notevole durata senza sacrificare il comfort. È il caso dei tessuti antismagliatura [Sensitive Fabrics by Eurojersey](#), rinomati per le loro prestazioni e adottati in numerose capsule collection di abbigliamento da viaggio. All'origine del "24wear", la maison italiana ha sviluppato una vasta gamma di materiali ad alte prestazioni progettati per soddisfare tutte le esigenze di un guardaroba versatile che unisce comfort e stile, integrando tutte le caratteristiche tecniche essenziali per il benessere quotidiano e in viaggio. Un altro attore di primo piano, lo specialista italiano Brugnoli, arricchisce la sua gamma lifestyle con tessuti adatti al contemporary-wear, dalle camicie antigirza ai pantaloni "Life-Proof", includendo innovazioni come il cotone tecnico associato al Lycra Adaptiv o il suo denim a maglia circolare "JeansAttitude". Inoltre, la lana tecnica, in particolare la lana merino, occupa un posto centrale nei progetti di Brugnoli e [Eurojersey](#). Le collaborazioni di [Eurojersey](#) in progetti come Travel Wooling (2019) o Techblend (2024) hanno fatto scuola in questo campo. Per il resortwear e, ancora di più per il mare, i tessuti sintetici rimangono i preferiti per la loro capacità di esaltare i colori e le stampe, offrendo al contempo fluidità e resistenza alle pieghe. Produttori come Borgini Jersey o Maglificio Ripa offrono basi ideali, con quest'ultimo che vede il suo best-seller Light Bloom, inizialmente progettato per la lingerie e i costumi da bagno, declinato in abiti, pantaloni e polo. Gli sviluppi ispirati all'activewear danno il tono: traspirabilità, gestione dell'umidità, mantenimento e brillantezza dei colori sono al centro delle ultime innovazioni. Produttori come Penn propongono tessuti con zone di compressione differenziate, ideali per un guardaroba ibrido e performante. Anche i tessuti spugna tornano alla ribalta, come il modello Venice di Boselli, perfetto per passare dal ponte della piscina alla spa, ora disponibile in filati riciclati e colori di tendenza. Le fibre naturali, come il lino e la seta, mantengono il loro fascino nei climi caldi, anche se la loro tendenza a squalirsi favorisce i mix, come nel caso di Tessitura Taiana, che sviluppa soluzioni in seta-viscosa, seta-lino, seta-cotone, dalla caduta fluida e dalle righe sofisticate. Infine, per chi desidera un tocco di sensualità, i pizzi e i macramè in stile beach chic sono sempre di moda. Case come Iluna Group, Tessitura Colombo, Chanty o Dresdner Spitzner li trasformano in veri e propri oggetti del desiderio tessile.]



Sensitive systems

Warp knitter outlines latest sustainability milestones

Italian warp knitter Eurojersey has presented updated results from its 'SensitiveEcoSystem' project which seeks to reduce water and energy usage in the textile production process, while also recovering fabric scraps to produce new raw materials.

Eurojersey produces warp knit fabrics under the Sensitive brand for numerous major lingerie and swimwear brands such as Triumph and La Perla as well as fashion brands including Dolce and Gabbana, Cavalli and Calvin Klein.

"In a sector currently particularly exposed to economic and regulatory pressures, we believe it is essential to play an active role in supply chain collaboration," says Andrea Crespi, general manager of Eurojersey.

"We believe that only through a systemic approach is it possible to generate lasting impacts and redistribute value fairly and sustainably along the entire textile-apparel value chain, which is required to implement significant change."

Now in its fifth edition, the company says that since the SensitiveEcoSystem project started it has been able to communicate its commitment through its ESG (environmental, social and governance) footprint.

This includes combating climate change through emission reduction and compensation; the efficient management of resources such as water, energy, and carbon; and the safer use of safer

chemical products compliant with the ZDHC MSRL (Manufacturing restricted Substances List).

It also includes activation of welfare initiatives for employee well-being; collaboration with schools and universities to promote professional development opportunities in the textile sector; strengthening sustainable governance in line with current regulations; and defining a circular economy model by 2030 for the recovery of industrial and pre-consumer waste.

The results obtained by Eurojersey in 2024 regarding its sustainable production process include:

- Reduced packaging waste for shipments, resulting in an annual saving of 9,000 FSC-certified cardboard tubes (approximately 6,000kg) and 4,000 metres of plastic film.
- Decreased water consumption, both due to the discontinuation of traditional printing activities and a new washing machine, dropping from 507 l/kg in 2023 to 280 l/kg in 2024.
- Solar energy production from photovoltaic systems and solar panels allowed the company to produce over 541,897 kWh of electricity in 2024, covering 5% of the Company's energy needs
- Reduced methane gas consumption, saving 25,000 cubic metres of gas in the last year compared to 2023.
- Use of recycled nylon fibres in Sensitive

Fabrics, with yarns derived from industrial and post-consumer waste. Eurojersey's warp knitted stretch nylon fabrics, which are manufactured at its fully integrated facility in Varese, north of Milan, are said to offer excellent technical and aesthetic qualities which are ideal for sportswear applications.

The company is also a founding member of the Retex Green Consortium which, promoted by Confindustria Moda, aims to optimise textile waste management and anticipate recycling regulations.

Through this membership, waste from Sensitive Fabrics has also been recovered and reused within the supply chain.

The company was also the first in the Italian textile sector to obtain the Made Green In Italy Certification. This certification attests to the environmental performance of Sensitive Fabrics in accordance with the European PEF (Product Environmental Footprint) method, as defined by the European Commission.

Awarded by the Ministry of Environment and Energy Security, this certification promotes both sustainability and the "Made in Italy" brand and is unique in being the only public certification based on European methodology and promoted by a national government.

The PEF method was evaluated by measuring 16 indicators including energy footprint, the carbon footprint, the water footprint, eco-toxicity, the eutrophication of freshwater and seawater, the deterioration of lakes and forests caused by acidic emissions.

On evaluating the water footprint, which determines the impoverishment of water resources by human activities carried out in a given area, the environmental impact of Eurojersey's production of one square metre of dyed fabric was the equivalent of 1.3 – 4.1 cubic metres of water. If we consider that the footprint determined by one 0.75 litre bottle of still wine is equivalent to 1.27 cubic metres of water, its impact is therefore comparable to the environmental footprint of one square metre of fabric.

The carbon footprint, which measures the impact of greenhouse gas emissions on climate change, has shown that one square metre of dyed fabric has produced an environmental impact ranging from 1.01 to 2.77kg of CO₂eq. KTJ