



Comunicato Stampa – 09 aprile 2015

**MODA: IL BRAND ITALIANO SAVE THE DUCK ADERISCE AL PROGETTO DELLA LAV AGGIUDICANDOSI IL MASSIMO LIVELLO DEL RATING ETICO “ANIMAL FREE”, VVV+
LAV: WWW.ANIMALFREE.INFO SI ARRICCHISCE DI UN ALTRO IMPORTANTE E INNOVATIVO NOME DELLA MODA ITALIANA, EMBLEMA DI SOSTENIBILITA’ ED ETICA**

SAVE THE DUCK, famoso marchio italiano dei piumini senza piume, ha aderito al progetto “Animal Free Fashion”, lanciato poche settimane fa dalla LAV, per una moda etica e dunque priva di materiali di origine animale.

Il brand ha aderito all’iniziativa della LAV sottoscrivendo il massimo livello del rating etico previsto, VVV+, ovvero impegnandosi a NON utilizzare alcun materiale di origine animale nelle proprie collezioni.

Tutti i capi a marchio SAVE THE DUCK sono pertanto completamente privi di pelliccia, piume, pelle, seta e lana.

Animal Free Fashion, ideato dalla LAV, è un progetto che nasce per dare una risposta alla crescente domanda di una moda che sia non solo bella, ma anche rispettosa degli animali, dell’ambiente e della salute dei consumatori.

Nell’ambito di questa iniziativa, LAV ha istituito il primo rating etico nella moda basato sul non utilizzo di materiali di origine animale: rinunciando all’uso di “pelliccia”, “piume”, “seta e pelle”, “lana” l’azienda raggiunge la corrispondente valutazione V, VV, VVV, VVV+.

Tutte le aziende classificate in questo rating si sono quindi dotate di politiche che, come primo step, prevedono la rinuncia all’uso di pelliccia animale. Ogni marchio, quindi, potrà valorizzare le proprie politiche di Responsabilità Sociale utilizzando il livello del rating Animal Free che ha

raggiunto e potrà anche utilizzare il logo Animal-Free (identificativo di questa iniziativa), per etichettare i propri capi o linee di prodotto che sono già privi di materiali di origine animale.

“Per Save the Duck è un riconoscimento molto importante. Avere la certificazione LAV è uno dei tanti traguardi che ci siamo posti quando abbiamo iniziato a creare i nostri piumini duck free. Da sempre rispettiamo il mondo animale e continueremo a farlo”, dichiara l’azienda.

“Come dimostrato da una recente rilevazione ISPO condotta in 6 Paesi UE, la moda Animal-Free corrisponde almeno al 12% della domanda attuale dei consumatori europei e, con il 78,6% di propensione all’acquisto, rappresenta una enorme opportunità di mercato per le aziende moda eticamente responsabili - dichiara Simone Pavesi Responsabile Moda Etica LAV, che aggiunge - Non si tratta solo di tendenze, oggi i consumatori sono molto più attenti a quello che acquistano e, per quanto riguarda l’abbigliamento (calzature e accessori compresi) sono molto più orientati a scelte di acquisto che non abbiano comportato alcuna forma di sfruttamento animale. Siamo molto soddisfatti della decisione di SAVE THE DUCK di unirsi alla LAV in questa iniziativa, per comunicare l’importanza di scegliere una moda sempre più responsabile ed etica.”

Ufficio Stampa LAV:

ufficiostampa@lav.it – 06 4461325

Ufficio Stampa Save the Duck:

Connexia Srl, Elena Muserra De Luca elena.muserra@connexia.com cell +39 340 8924331

Approfondimenti

Scheda SAVE THE DUCK

Il brand italiano ideato da Nicolas Bargi è distribuito non solo in Italia ma anche in Francia, Germania, Nord Europa, Russia e USA con una rete di circa 1.500 negozi multibrand. Save the Duck è un brand di proprietà della società Forest s.r.l. recentemente acquisita per il 51% da ALTANA, la holding specializzata in abbigliamento bambino e con distribuzione in tutto il mondo, cosa che consentirà un’ulteriore estensione nel mercato estero di Save the Duck.

Forest nasce nel 1914 grazie allo spirito imprenditoriale di Foresto Bargi - nonno di Nicolas Bargi, sarto che iniziò cucendo giacche da uomo per un compenso di 70 centesimi e che poi si trovò alla guida di una grande azienda che inizia a produrre capi d’abbigliamento maschili, che si caratterizzano per la ricerca di materiali di alta qualità sviluppati su tagli sartoriali. Oggi l’azienda è guidata da Nicolas Bargi, nipote del fondatore, la terza generazione che ha sviluppato l’attività, creando prima Ganesh e poi Save the Duck e che ha portato l’azienda ben oltre i confini nazionali.