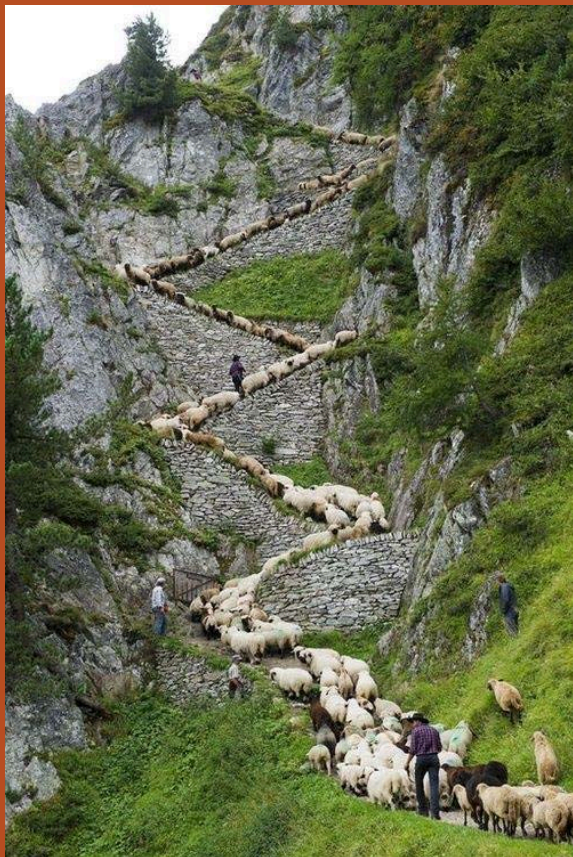




SOSTENIBILITA' DI PENSIERO
PER UNA GIUSTA ECONOMIA
LA MODA COME VEICOLO
SOCIALE ED ECONOMICO



Sostenibilità di pensiero



- Oggi il concetto di sostenibilità non è ristretto solo a determinati ambiti, ma coinvolge in toto ogni aspetto della nostra vita, è innanzi tutto il pensiero che deve essere sostenibile, perché solo così le azioni conseguenti saranno guidate da un giusto indirizzo.
- Spesso si pensa che la sostenibilità sia qualcosa al di fuori delle singole persone, e coinvolga la politica, l'economia, qualcosa deciso e programmato non da noi.
- Non è così, se veramente vogliamo rendere il mondo un posto migliore rispetto a quello che oggi è, dobbiamo abituarci a dirigere ogni nostra azione verso una nuova frontiera di sostenibilità.
- E ognuno deve fare la sua parte.



SVILUPPO SOSTENIBILE



- Lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che garantisce i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri. (ONU Commissione mondiale sull'ambiente e sviluppo)
- Dobbiamo essere responsabili degli effetti provocati dalle nostre azioni, anche se non visibili nell'immediato. Alcune popolazioni del passato avevano un orizzonte di programmazione di sette generazioni entro le quali prevedere gli effetti delle loro scelte.





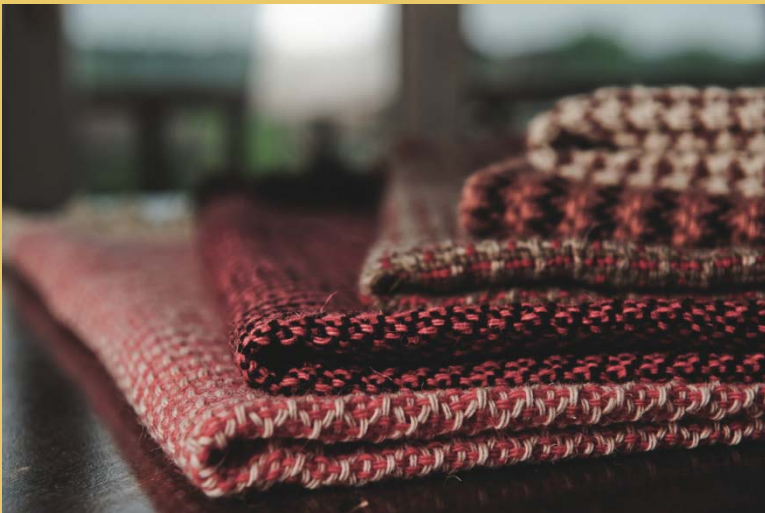
Scelte consapevoli

- Le scelte consapevoli, gli acquisti consapevoli non sono ancora così naturali, e non devono essere diretti solo ad un benessere personale, ma ad un processo di azioni destinate a creare un beneficio alla terra che ci ospita, agli animali che la abitano, agli esseri umani che condividono il nostro cammino.



+ Moda e sostenibilità

- Riuscire a trovare sostenibilità in quello che più di ogni altra cosa rappresenta l'effimero, cioè la moda, può sembrare un'eresia, ed invece anche la moda, regina del consumismo, oggi deve fare i conti con una nuova figura di consumatore attento e responsabile. E deve interrogarsi sul costo, in termini di impatto ambientale e di corretta etica lavorativa, di quanto produce.





Educazione del consumatore



- Esiste un Manifesto della Sostenibilità per la moda italiana, vi sono giovani stilisti e aziende che sottolineano processi di eco sostenibilità nelle loro produzioni, ma solo quando estetica ed etica avranno lo stesso peso, il risultato sarà vicino.
- Tutto questo deve viaggiare di pari passo con l'educazione del consumatore, che deve essere reso consapevole di tutte le scelte operate nella realizzazione di ciò che indossa e di quanto queste abbiano contribuito ad una riduzione di consumi energetici, ad un minor inquinamento atmosferico, ad una giusta etica lavorativa. E con il suo comportamento influenzerà l'economia, l'ambiente, la società.



Comunicazione e creazione della conoscenza

- L'indirizzo verso una giusta consapevolezza di consumo necessita di un approccio conoscitivo. La moda in questo ha un grande compito, è un settore di tendenza in grado di influenzare la cultura e le singole persone e può utilizzare il suo potere per trasmettere una nuova responsabilità operativa, che va dall'attenzione rivolta alla scelta delle materie prime, alla loro lavorazione, alle successive fasi di distribuzione, marketing e vendita.





Comunicazione e creazione della conoscenza

- E' importante un approccio educativo attraverso esperienze di apprendimento.
- E' necessario comunicare alle nuove generazioni una cultura di sostenibilità, diffondendo valori e conoscenze all'interno delle scuole, degli istituti di formazione, delle università, incoraggiando gli studenti a esplorare aspetti della sostenibilità nello sviluppo di strategie e metodi di progettazione per il futuro.





Trasformare ostacoli e vincoli in nuovi stimoli progettuali

Quindi anche la formazione dei giovani stilisti deve stimolare nuove strategie di progetto, che siano in grado di trasformare ostacoli e vincoli in scelte coraggiose innovative e creative, che prevedano una nuova consapevolezza della moda e una duratura influenza di stile. Il processo creativo deve coniugare innovazione, stile, funzionalità, affidabilità e compatibilità ambientale.





La scelta delle materie prime: le lane autoctone

- La scelta di utilizzare una materia prima come la lana autoctona coniuga il recupero di una risorsa considerata rifiuto speciale. La sfida è quella di produrre da questa tessuti appetibili per il mercato.
- Il distretto tessile biellese è luogo privilegiato per affrontare al meglio questa sfida, la tradizione secolare nella lavorazione della lana fa sì che qui vi siano competenze e tecnologie idonee ad ottenere da queste lane il miglior utilizzo possibile



+ Agenzia Lane d'Italia



- A Biella, l' **Agenzia Lane d'Italia**, da più di vent'anni è impegnata nella valorizzazione delle lane autoctone con progetti che ne hanno dimostrato il possibile utilizzo nel campo dell'abbigliamento, dell'arredamento e della bioedilizia. I tessuti prodotti hanno raggiunto interesse anche da un punto di vista stilistico e grazie ad un rinnovamento del gusto si sono posizionati in una nicchia di mercato.





Gli Archivi Tessili Biellesi

Importante fonte di ispirazione progettuale sono gli archivi tessili, patrimonio del territorio biellese e memoria del saper fare di intere generazioni di tessutai.

Qui è possibile trovare spunti e idee progettuali di quando queste lane venivano utilizzate, questi sono ancora oggi di grande attualità e quindi facilmente interpretabili per nuove produzioni.





La lavorazione delle materie prime e la produzione

- Compito delle imprese è quello di monitorare l'impatto ambientale della propria produzione lungo tutta la catena delle lavorazioni, operando al fine di ridurre il consumo delle risorse naturali, delle emissioni inquinanti e dei rifiuti.





Moda e Sistema paese a sostegno del territorio e del Made in Italy

- Ma nel processo produttivo a sostegno del Made in Italy è importante anche riconoscere e valorizzare la tradizione del grande saper fare italiano, sostenendo le lavorazioni tipiche artigianali, grande patrimonio sociale del nostro territorio.





Compro dove mi riconosco

- Infine la riconoscibilità al momento dell'acquisto del processo produttivo porta il consumatore a porre attenzione non solo allo stile e alle tendenze, ma anche e soprattutto alle caratteristiche etiche dei capi. Il vestire acquista sempre più un valore simbolico, diventa il tramite per un messaggio relativo ai nostri valori, alla nostra identità, al nostro stile di vita, e sempre più dobbiamo essere consapevoli dell'importanza e della forza che le nostre scelte hanno di indirizzare il mercato e la produzione.





Totale tracciabilità



- In molteplici progetti l'Agenzia Lane d'Italia ha dimostrato la possibilità di garantire una totale tracciabilità dei capi realizzati, dalla tosa della lana alla confezione sartoriale, avendo anche come valore aggiunto un ridotto impatto ambientale legato ai trasporti, in quanto l'intera filiera delle lavorazioni è stata eseguita sullo stesso territorio.





Accessori e complementi di arredo in lana autoctona

- Le caratteristiche dei tessuti realizzati ne hanno permesso un uso anche nell'ambito degli accessori e dei complementi di arredo





Creazione di un marchio per un prodotto interamente Made in Italy

- Risulta oggi indispensabile, a garanzia del consumatore, la creazione di un marchio di qualità, in grado di certificare il valore di un manufatto interamente prodotto in Italia secondo principi eco ed etico sostenibili. Lo sviluppo di una giusta economia deve avere come basi un giusto uso dei beni della terra, nostra sarà la responsabilità del benessere delle future generazioni.

