



**Politecnico
di Torino**

Dipartimento di Architettura e Design

Corso di Laurea Triennale
in Design e Comunicazione Visiva

**LE POTENZIALITÀ DELL'UPCYCLING ALL'INTERNO
DELL'INDUSTRIA TESSILE: ANALISI DEL CONTESTO
E SVILUPPO DI UNA CORRETTA STRATEGIA
DI COMUNICAZIONE**

Relatrice:
prof. Silvia BARBERO

Laureanda:
Eleonora PUCCI

Anno Accademico 2020/2021

"Le potenzialità dell'upcycling all'interno dell'industria tessile: analisi del contesto e sviluppo di una corretta strategia di comunicazione" è un progetto di tesi che ha l'obiettivo di valorizzare l'upcycling, poichè in questa tecnica si intravede la capacità di contrastare la produzione di rifiuti tessili e, allo stesso tempo, un linguaggio artistico capace di narrare le storie di culture e uomini vissuti e viventi in epoche e località disparate. Tramite un processo di ricerca, schedatura e confronto è stato possibile avere un assaggio di questo approccio al tessuto tanto benefico quanto affascinante.

Attingendo a studi e discipline di diversa natura, si è compreso lo scenario d'azione e il piano da adottare per promuovere la conoscenza e l'applicazione dell'upcycling tra le giovani generazioni.

INDICE

INTRODUZIONE	5
SCENARIO	7
Qual è l'attuale situazione dell'industria tessile?	8
Implicazioni etiche e sociali	11
Implicazioni ambientali	13
La gestione dei rifiuti nel tessile	16
La raccolta dei rifiuti tessili	19
Le alternative auspicabili	23
La prevenzione	25
L'upcycling tessile	29
RICERCA ED ANALISI	31
Le potenzialità dell' upcycling	32
L'impostazione della ricerca	33
Casi studio	35
Analisi dei dati raccolti	89
Comunicare l'upcycling - premessa	131
Abbigliamento ed influenza sociale	132
Le funzioni dell'abbigliamento	134
Le abitudini dei consumatori (cosa cercano e dove)	136
<i>Cosa è determinante durante la scelta di un capo?</i>	136
<i>Quando e dove si sceglie di acquistare oggi</i>	138
Il second hand e lo stigma nel passato	140
Lo slow fashion e la sua comunicazione	144
Comunicare l'upcycling - risultato	148
L'UTENZA	152
Storytelling vs. storyliving	154
Le personas	155
IL CONCEPT	159
We are knot the same	162
CONCLUSIONI	176
BIBLIOGRAFIA	177
RINGRAZIAMENTI	184

INTRODUZIONE

Il cambiamento climatico costituisce la sfida più grande da affrontare negli anni a venire. L'interesse collettivo dovrebbe essere quello di mobilitarsi affinché le dinamiche che tendono ad influire negativamente e ad aggravare la situazione vengano ridimensionate.

Tra le tante attività antropiche responsabili della problematica ambientale, il settore tessile è più volte chiamato in causa e spesso citato come la seconda industria per produzione di CO₂.

Il lavoro di tesi, in primo luogo, si interroga su quale sia lo scenario corrente all'interno di questo settore, basandosi sullo studio del materiale prodotto dai ricercatori negli ultimi anni.

Dopo averne appurato l'insostenibilità, il lavoro è proseguito con la ricerca delle soluzioni possibili e lo sviluppo di una strategia d'azione.

Durante lo svolgimento, si è cercato di focalizzare l'attenzione sull'urgenza di attivarsi per cambiare le cose, ponendo in secondo piano la denuncia di un sistema fortemente problematico e dando spazio alle caratteristiche e alle abitudini positive che sono state rintracciate.

Tralasciando il valore commerciale ed economico di questa industria, si tende a sottovalutare il suo legame con la storia e l'influenza sul cambiamento della società che essa ha avuto nel corso del tempo.

La frivolezza associata alla cura dell'abbigliamento non tiene in conto il suo valore emotivo, psicologico ed identitario. Queste caratteristiche, essenziali per comunicare in modo diretto con l'utenza, descrivono a pieno l'upcycling tessile, una forma di recupero creativo che, anziché perdere qualità durante la lavorazione, acquista un potenziale maggiore di quello che possedeva in partenza.

Dunque, nelle pagine a seguire, si cerca di analizzare in maniera approfondita questa tecnica, riconoscendone il basso impatto ambientale, il vantaggio economico, l'unicità dell'output prodotto, ma anche la valenza storica, artistica ed antropologica.

L'obiettivo è quello di provare la sua validità come soluzione a l'insostenibilità dell'industria tessile, sia dal punto di vista pratico che per quanto concerne l'ambito della comunicazione.

La moda è uno strumento capace di trasmettere messaggi importanti alla società. Catturando l'attenzione di un vasto numero di persone, potrebbe davvero fare la differenza ed aiutare nella sensibilizzazione del pubblico, portando ad una maggiore responsabilità nell'acquisto e ad una riconsiderazione del rispetto dell'ambiente.

SCENARIO

QUAL È L'ATTUALE SITUAZIONE DELL'INDUSTRIA TESSILE?

Marzo 2020. Nell'ottica di promuovere l'innovazione e dare più rilevanza al riutilizzo, la Commissione Europea ha adottato un piano d'azione per l'economia circolare, riguardante anche l'industria tessile. A distanza di un anno, nel febbraio 2021, il suddetto piano è stato votato in Parlamento Europeo con la richiesta di " misure aggiuntive per raggiungere un'economia a zero emissioni di carbonio, sostenibile dal punto di vista ambientale, libera dalle sostanze tossiche e completamente circolare entro il 2050" oltre all'inclusione di "norme più severe sul riciclo e obiettivi vincolanti per il 2030 sull'uso e l'impronta ecologica dei materiali".

(Parlamento Europeo. 2021, 16 febbraio. *L'impatto della produzione e dei rifiuti tessili sull'ambiente (infografica)*. Parlamento Europeo. Disponibile in: <https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20201208STO93327/l-impatto-della-produzione-e-dei-rifiuti-tessili-sull-ambiente-infografica>)
Qual è la motivazione che porta alla promozione di ordinamenti così rigidi?

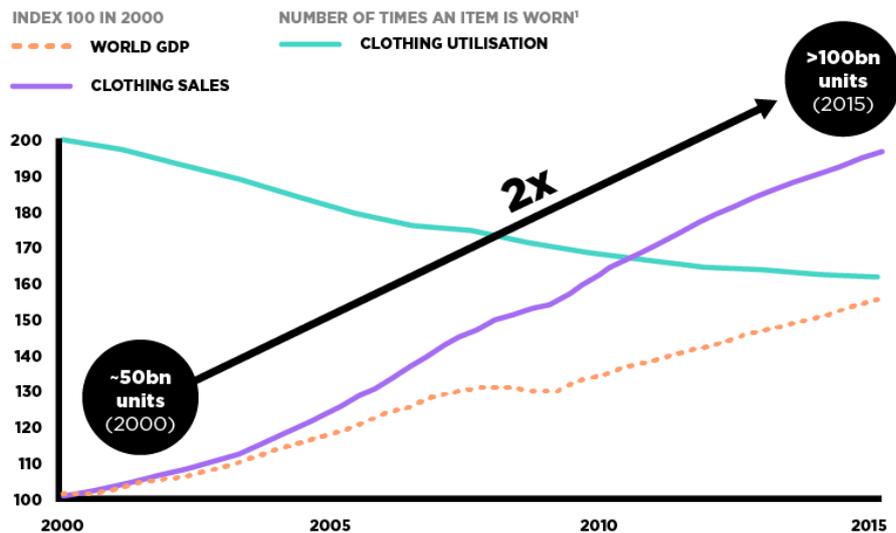
Il settore tessile, per ciò che concerne esclusivamente l'Unione Europea, si classifica al quarto posto per consumo di materie

prime e risorse idriche e al quinto per il quantitativo di emissioni di gas serra prodotte.

Questa industria è responsabile del 10% delle emissioni mondiali di CO₂ e, secondo le previsioni, questo prodotto aumenterà del 60% nei prossimi 12 anni. (Dress The Change. (2019, 18 Luglio). L'impatto ambientale e sociale dell'industria della moda. Disponibile in: <https://dressthechange.org/limpatto-ambientale-e-sociale-dellindustria-della-moda/>)

I ritmi di produzione si sono fatti insostenibili per accontentare la domanda spingente dei consumatori: negli ultimi 20 anni, la produzione di indumenti è aumentata del 50%, in proporzione inversa rispetto alla durata dei capi all'interno degli armadi degli acquirenti.

Growth of clothing sales and decline in clothing utilisation since 2000



Average number of times a garment is worn before it ceases to be used
Source: Euromonitor International, Apparel & Footwear 2016 Edition (volume sales trends 2005-2015); World Bank, World development indicators - GD (2017)

tiny.cc/fibres

In generale, l'attitudine all'acquisto è cambiata drasticamente, portando anche ad una modifica del valore di ciò che si compra. *"Tonnellate di indumenti arrivano nei magazzini e nei negozi per uscirne invenduti, e finire chissà dove per essere inceneriti o entrare in qualche altro circuito dell'eccesso."* (I vestiti che ami durano più a lungo, Orsola de Castro).

Più l'industria diventa veloce, più cresce il numero di rifiuti prodotti: dei presunti 53M di tonnellate di capi prodotti ogni anno, più del 75% viene buttato via, in fase di produzione o dopo essere stati indossati poche volte.

La pressione sociale del doversi rinnovare costantemente è stata e continua ad essere un modificatore determinante: laddove la quantità prende il sopravvento sulla qualità, viene meno anche l'interesse per le modalità di produzione del capo. Le implicazioni ambientali, etiche e sociali vengono trascurate, come se non riguardassero nessuno in prima persona. Come se le problematiche ambientali su cui si dibatte ormai quotidianamente non avessero nulla a che vedere con ciò che si sceglie di indossare.

L'attuale sistema dell'abbigliamento è estremamente dispendioso e inquinante, e ciò è principalmente dovuto alla linearità delle operazioni.

Questa attività produttiva non sfrutta pienamente le risorse vergini che impiega, generando una eccessiva sollecitazione delle fonti e la conseguente degradazione dell'ambiente naturale e degli ecosistemi. Inoltre, è colpevole dei risvolti negativi che interessano la società, a partire dalla scala locale, per raggiungere quella globale.

IMPLICAZIONI ETICHE E SOCIALI

Catene di produzione complesse e dislocate in paesi meno sviluppati (privi di una opportuna regolamentazione) spesso nascondono condizioni di lavoro gravose, dove, oltre al diretto contatto con sostanze inquinanti e la completa assenza di dispositivi di protezione adeguati, i lavoratori sono costretti a lavorare sotto minaccia di licenziamento, con straordinari forzati e salari sotto il minimo consentito dalla legge. Inoltre, non è assolutamente tollerabile che si ricorra ancora all'impiego di forza lavoro minorile. Anche se i settori coinvolti in questa pratica sono diversi, il tessile contribuisce ampiamente a questo fenomeno, che interessa circa 168 milioni di bambini. Ciò di cui viene taciuto l'intero settore, è la mancanza di trasparenza.

“L'attuale industria della moda è fondata sulla segretezza. Le diverse fasi della catena di produzione e distribuzione sono scollegate tra loro, con i brand e i loro produttori che spesso operano da soli e in modo frammentario, tutti prigionieri di un'organizzazione in cui l'invisibilità definisce le regole, portando ad una totale inefficienza, all'opacità e a un sistema in cui le violazioni dei diritti umani e gli illeciti ambientali sono nascosti e giustificati.” afferma Orsola De Castro nel nono capitolo del suo libro “I vestiti che ami durano a lungo”.

All'interno dello stesso, solo poche pagine più avanti, racconta anche gli avvenimenti del 24 aprile al Rana Plaza e la conseguenziale scelta di attivismo con la fondazione di Fashion Revolution.



Il crollo dell'edificio a Dacca, Bangladesh, è stato uno dei peggiori episodi nel mondo dell'industria tessile. 1134 operai hanno perso la vita in quell'occasione, costretti ad entrare nello stabile, nonostante avessero segnalato in precedenza il pericolo di cedimento, poiché minacciati di perdere il posto di lavoro e il salario. Quel giorno, più di 2000 persone sono state ferite o rimaste invalide. Il crollo del Rana Plaza non è l'unico esempio. Ce ne sono stati molti altri prima e , nonostante tutto, molti continuano ad accadere, ma il fatto resta importante per il modo in cui ha saputo scuotere le coscienze.

Le immagini che testimoniano l'accaduto sono state uno schiaffo morale per gran parte dei consumatori che, per la prima volta, hanno avuto modo di comprendere quale sia il reale costo dei vestiti "a buon mercato".

IMPLICAZIONI AMBIENTALI

La mancanza di trasparenza e controllo sulla filiera, a partire dalle prime fasi di lavoro, rende complessa un'analisi dettagliata di questa industria così capillarizzata. I dati che spesso vengono divulgati pare non siano a tutti gli effetti corretti, anche se, a furia di essere ripetuti, finiscono per essere considerati veri. Il tema è stato discusso negli ultimi tempi, portando a comprendere che, forse, i numeri non sono d'aiuto nel caso dell'industria tessile. Uno studio realizzato da Transformers Foundation spiega come in questo caso non si possa parlare di disinformazione, ma piuttosto di "misinformation", poiché la trasmissione di queste informazioni non è avvenuta con lo scopo di fuorviare il pubblico, ma perché si riteneva fossero corrette. Per questa ragione, si è cercato di evitare di trattare la tematica sotto forma di dati e di presentare quelli che sono i principali problemi riscontrati sul versante ambientale per quello che sono, a prescindere dalle stime.

Today's linear clothing system has damaging effects on society and the environment



tiny.cc/fibres

La quantità di piantagioni impiegate per l'uso tessile è dovuta aumentare per seguire i ritmi incalzanti della produzione industriale.

La coltivazione smodata delle fibre è responsabile dello sfruttamento di un elevato numero di terreni, i quali potrebbero essere utilizzati per il raggiungimento di altri scopi, ma vengono esausti e devastati dall'uso di pericolose sostanze chimiche, assorbite dal terreno e introdotte nelle falde acquifere. Queste sostanze continuano ad essere disperse durante la fase di produzione e durante l'utilizzo, rimanendo dunque in contatto con la pelle dell'utente e riversandosi nelle acque durante il lavaggio. Ne risulta un inquinamento dell'aria e dell'acqua irreversibile, oltre che una dissipazione di risorse incontrollata.

Gli effetti visibili di una gestione irresponsabile delle risorse sono ben rappresentati dal prosciugamento del Lago d'Aral. Il bacino idrico, situato tra Uzbekistan e Kazakistan, è stato utilizzato sin dagli anni '40 per alimentare la produzione intensiva del cotone, portando al suo completo esaurimento.

Come non aspettarsi ciò da un'industria che si basa principalmente su risorse non rinnovabili? Se ne stimano circa 98 milioni di tonnellate in totale all'anno - compreso il petrolio per produrre fibre sintetiche, fertilizzanti per crescere cotone e prodotti chimici per la produzione, la tintura e il finissaggio di fibre e tessuti.

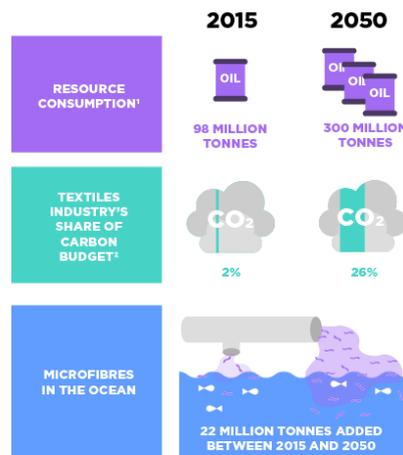


Considerando i bassi tassi di utilizzo (fattore assolutamente aggravante se ad alti livelli di produttività) e bassi livelli di riciclaggio, il sistema attuale, con il suo andamento lineare, è la causa principale di questa massiccia e sempre crescente pressione sulle risorse. Se i ritmi di produzione e consumo dovessero mantenere questo livello di crescita, le vendite totali raggiungeranno 160 milioni di tonnellate nel 2050, a cui seguirà un aumento direttamente proporzionale anche degli impatti negativi finora citati.

Negative impacts of the textiles industry are set to drastically increase by 2050



1 Consumption of non-renewable resources of the textiles industry, including oil to produce synthetic fibres, fertilisers to grow cotton, and chemicals to produce, dye, and finish fibres and textiles
 2 Carbon budget based on 2 degrees scenario
 Source: Circular Fibres Initiative analysis - for details see Part I of the full report



tiny.cc/fibres

LA GESTIONE DEI RIFIUTI NEL TESSILE

In aggiunta a tutte le problematiche evidenziate nei paragrafi precedenti, c'è da prendere atto del fatto che il settore tessile sia autore del 22% dei rifiuti prodotti a livello globale. Un report dell'EUROSTAT, pubblicato nel 2018, descrive negativamente sia la produzione che la gestione di ciò che è stato scartato, facendo risaltare come il tutto, se sommato all'elevato consumo energetico e alle emissioni inquinanti generate, renda questo sistema del tutto insostenibile.

Se si riuscisse a guardare alle dinamiche in questione da un prospettiva esterna, si potrebbe cogliere l'insensatezza delle azioni che si compiono. Su scala globale, i consumatori perdono 460 miliardi di dollari l'anno gettando vestiti che potrebbero continuare a indossare, e si stima che alcuni capi siano stati scartati dopo essere stati indossati per un numero di volte compreso tra sette e dieci. Il 40% dei prodotti non è mai stato messo e viene gettato ancora cartellinato. Il dato è preoccupante. Se si prolungasse la vita del capo anche di un solo anno, si dimezzerebbe la sua impronta di carbonio. Eppure, secondo il report redatto nel 2017 dalla Ellen MacArthur Foundation l'attuale ciclo di vita dei prodotti tessili si presenta all'incirca così:

Global material flows for clothing in 2015



1 Recycling of clothing into the same or similar quality applications
 2 Recycling of clothing into other, lower-value applications such as insulation material, wiping cloths, or mattress stuffing
 3 Includes factory offcuts and overstock liquidation
 4 Plastic microfibres shed through the washing of all textiles released into the ocean
 Source: Circular Fibres Initiative analysis - for details see Appendix B of the full report

tiny.cc/fibres

Delle materie introdotte in questo flusso, di cui il 97% è costituito da materiale vergine, soltanto il 13% riesce ad essere riciclato. La maggior parte di esse, rappresentata dal 73%, diventa un rifiuto, finendo in discarica o venendo incenerita (recupero energetico), comportando danni all'ambiente e costi molto alti.

Ciò accade, probabilmente, per l'incompatibilità al riciclo del 95% dei capi realizzati. Nel marzo 2016, la Mistra Future Fashion, all'interno di una sua ricerca, si è preoccupata di domandare agli stakeholder cosa trattenesse loro dall'abbandonare lo smaltimento in discarica a favore di pratiche di recupero più sostenibili. Le motivazioni riportate in maniera preminente dai soggetti intervistati sono state:

- MANCANZA DI INFORMAZIONI E TECNOLOGIE
- QUESTIONI ECONOMICHE, DI PLAGIO, ECC
- MANCANZA DI INVESTIMENTI
- UTILIZZO DI FILATI MISTI
- MANCANZA DI TECNOLOGIE PER I FILATI MISTI
- PRESENZA DI FINITURE PLASTICHE
- PRESENZA DI SPANDEX/LYCRA/ELASTANE
- MANCANZA DI TECNOLOGIE CHIMICHE
- GUADAGNO RIDOTTO
- PUREZZA DEI MATERIALI INPUT

Per intervenire sulla problematica dello smaltimento dei rifiuti tessili, il progetto europeo ENTeR ha identificato quelli che seguono come futuri campi d'azione per migliorare la gestione e il recupero degli scarti tessili sul territorio continentale:

- AUMENTARE IL GRADO DI RICICLAGGIO ATTRAVERSO PROCESSI ALL'AVANGUARDIA;
- CHIUDERE I CICLI DEI MATERIALI;
- CONVERSIONE A TECNICHE DI PRODUZIONE PIÙ FRIENDLY PER L'AMBIENTE E UTILIZZO DI MATERIALI RICICLABILI;
- PROGETTARE NELL'OTTICA DEL RICICLO (ECO-DESIGN);
- PROMUOVERE LA REALIZZAZIONE E L'IMPIEGO DI MATERIALI COMPOSITI A BASE TESSILE;
- RIDURRE GLI SPRECHI TRAMITE L'IMPIEGO DELLE NUOVE TECNOLOGIE.

Resesi conto dell'attuale andamento, le istituzioni cominciano a formulare normative e policies più rigorose che favoriscono lo sviluppo di un'economia circolare.

Nell'anno in corso, il Parlamento europeo ha messo ai voti un nuovo piano d'azione a favore dell'economia circolare, affinché si raggiunga il completo attuamento di questa pratica entro il 2050. La strategia proposta dichiara di voler affrontare il problema della fast fashion e di voler fornire delle linee guida per migliorare il livello di raccolta differenziata dei rifiuti tessili.

Inoltre, sempre il Parlamento europeo, in una direttiva emanata nel 2018, esige che i paesi appartenenti all'Unione Europea provvedano alla raccolta differenziata dei materiali tessili entro il 2025.

LA RACCOLTA DEI RIFIUTI TESSILI

Ai fini del riciclo, i rifiuti tessili vanno distinti in tessuti utilizzati e dismessi e scarti della lavorazione industriale. Questi ultimi possono essere filati, avanzi del taglio, prodotti difettati o altri elementi non puramente tessili (carta, cartone, pellicola, legno, ecc) usati durante la lavorazione. Per molte aziende, la conservazione degli scarti risulta difficoltosa, per mancanza di spazio e smistamento delle unità.

Anche lo smistamento dei capi che sono stati precedentemente indossati presenta complicazioni, dovute principalmente alle tipologie di raccolta. Ci sono tre scenari possibili:

1. Diventano parte dei rifiuti urbani, senza essere sottoposti a nessuna selezione. Dopo il contatto con gli altri rifiuti, diventano inutilizzabili per qualsiasi altro scopo. Sono inceneriti o finiscono in discarica;
2. Sono raccolti e gestiti in centri di riciclo organizzati dall'amministrazione municipale della città di riferimento. Il servizio è gratuito per i cittadini registrati, a pagamento per le compagnie. Una parte di vestiti viene venduta ad attività che continuano il processo di selezione, il resto segue la fine del primo scenario;

3. I capi sono raccolti da aziende private od organizzazioni benefiche tramite contenitori di facile accesso per molte persone. La selezione avviene secondo criteri di qualità e successivamente si passa alla distribuzione, in negozi d'abbigliamento o in negozi second-hand. Le eccedenze vengono spedite nei paesi del terzo mondo, dove i vestiti inutilizzabili vengono definitivamente scartati.

È importante focalizzare un attimo l'attenzione sull'ultimo passaggio riguardante il terzo scenario possibile. Nel marzo 2021, Sfashion-net ha dedicato un approfondimento alla questione, domandandosi "che fine fanno i vestiti che buttiamo via?" Risponde alla domanda il progetto di ricerca Dead White Man's Clothes, a cura dell'organizzazione no profit The OR Foundation.

Dead White Man's Clothes è la traduzione dell'espressione *akan Obroni Wawu*, che significa letteralmente "i vestiti dell'uomo bianco morto".

Questa espressione è stata coniata in Ghana per definire gli abiti di seconda mano giunti dal Nord del mondo, perché, secondo la gente del posto, solo la morte poteva portare qualcuno a disfarsi di così tanti indumenti.

In uno stato da poco indipendente, agli albori degli anni '60, i cittadini accoglievano di buon grado questi capi e sceglievano con piacere di indossarli, poiché, data la loro alta qualità e la buona fattura, erano segno di eleganza e prestigio per gli altri membri della comunità. A lungo andare, questo mercato ha minato il lavoro delle sartorie locali e con l'avvenire del fast-fashion, la situazione si è trasformata e fatta insostenibile.

Ogni settimana a Kantamanto, probabilmente il più esteso mercato second-hand su scala globale, arrivano 15 milioni di pezzi, ergo 60 milioni al mese, per una città che conta 30 milioni di abitanti. La ricerca stima che circa il 40% della merce finisca in discarica quasi immediatamente.

Le ripercussioni sull'economia e l'ambiente regionali sono molteplici, eppure le popolazioni del luogo reinterpretano questi scarti: l'abbigliamento è visto come materiale che possono modificare, ricreare e ricostruire, con molta più lungimiranza, creatività e sostenibilità, rispetto ai paesi occidentali, colpevoli di aver costipato i loro scarti in questo territorio.



Una dinamica pressoché equivalente si ha nel deserto di Atacama, in Cile, trasformato in una discarica per gli indumenti prodotti dalla rapida industria della moda. Martin Bernetti, fotografo per l'AFP, un'agenzia di stampa francese, ha scattato le immagini che provano questo disastro ambientale.

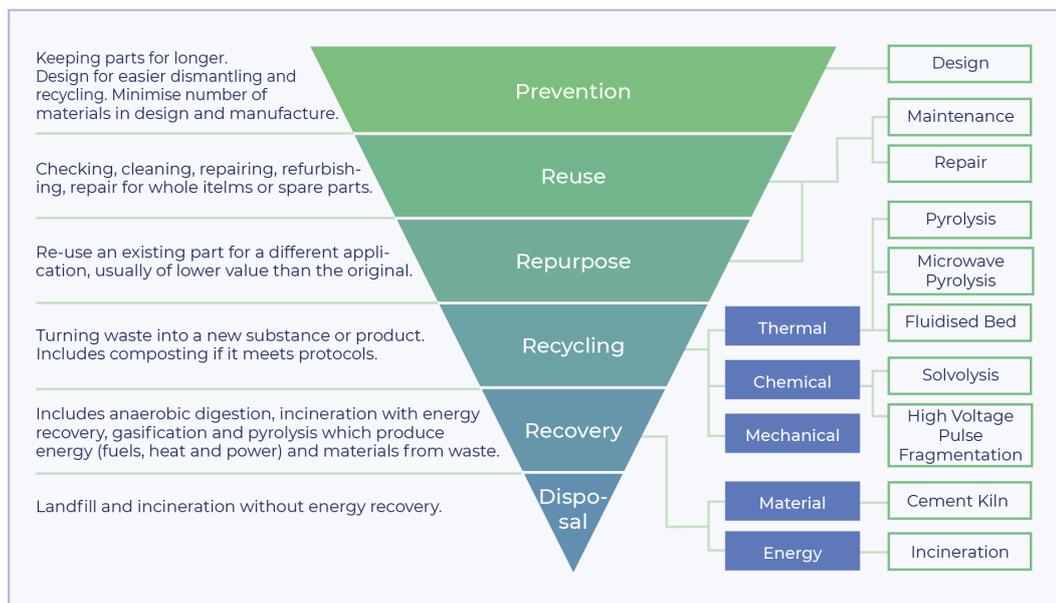
Il porto di Iquique vede arrivare ogni anno circa 59.000 tonnellate di capi. Ma anziché essere venduti nei mercati dell'usato sparsi per l'America Latina, stando a quanto riporta l'AFP, almeno 39.000 tonnellate non sono idonee alla vendita e vengono scaricate nelle aree desertiche che circondano il porto.

Bisogna tenere a mente, però, che gli indumenti realizzati con filati sintetici, o trattati con soluzioni chimiche, possono richiedere centinaia di anni per essere decomposti e una dismissione non corretta può renderli altamente tossici.

È necessario che queste informazioni raggiungano l'opinione pubblica il prima possibile, in modo da incentivare la ricerca di una soluzione efficace.



LE ALTERNATIVE AUSPICABILI



Nello schema sopra riportato si può osservare come quella che è la pratica più utilizzata all'interno dell'industria tessile per il fine vita, corrisponda con la meno indicata in un sistema ideale. All'interno di un'economia circolare, l'obiettivo da conseguire e tenere a mente è quello di trarre i massimi benefici dai capi, estendendo la loro durata come prodotti interi, tessuti o fibre, prima di essere gettati via, e dovrebbe essere un proposito comune sia per chi realizza che per chi ne usufruisce.

Le strategie di gestione dei rifiuti intervengono soltanto alla fine della catena industriale e contribuiscono a contenere o a porre rimedio agli effetti ambientali negativi della produzione di rifiuti. L'intento generale è quello di preservare i prodotti/materiali nel loro stato di massimo valore, per il più lungo periodo possibile, cercando di impiegare il minor numero di risorse. Per questo motivo le tecniche di riciclo, dove i prodotti ritornano alla fibra, o addirittura ai polimeri, per quanto intervengano nella conversione dei rifiuti in nuove risorse, spesso richiedono quantitativi di energia elevati e macchinari molto dispendiosi. Sono perciò considerate meno efficienti di altre strategie.

La riparazione e il ricondizionamento dei tessuti sono stati praticati per generazioni, sia in ambito industriale che domestico. In origine, l'incentivo a questa pratica era economico; la manodopera era a buon mercato rispetto al costo dei materiali tessili e degli indumenti, quindi era nel proprio interesse che i tessuti venissero accuratamente mantenuti e riparati.

Tuttavia, nel giro di due generazioni, l'incentivo finanziario alla riparazione è in gran parte scomparso soprattutto perché il prezzo dei nuovi indumenti e dei materiali tessili è diminuito drasticamente rispetto al costo del lavoro.

Chi ancora si preoccupa di riparare i propri capi lo fa più per un fattore etico o per una scelta di vita, che per una causa economica, poiché si comprende il valore di queste pratiche creative, che riconoscono l'importanza della cultura materiale nel plasmare e dare senso alla vita delle persone.

Allo stesso modo, anche il riutilizzo si propone come valida alternativa allo smaltimento, consentendo un risparmio in termini di energia, denaro e risorse prime di almeno il 50%.

Sebbene queste strategie di gestione dei rifiuti aiutino a trattare gli scarti, a contenere e a limitare gli effetti negativi che essi hanno, non riescono ad impedirne la produzione.

In ragione di quanto appena illustrato, al vertice della gerarchia delle strategie per il management degli scarti si trova la prevenzione, poiché interviene sul problema dei rifiuti prima ancora che essi vengano creati.

LA PREVENZIONE

La prevenzione si basa su mirate azioni di progettazione. Due approcci molto utilizzati sono quello del *Design for recycling* e del *Design for disassembly*. L'obiettivo precipuo è quello di facilitare il recupero dei prodotti, delle loro componenti e dei materiali che li costituiscono al termine del ciclo di vita, promuovendo uno smontaggio semplice ed intuitivo e la preservazione della purezza dei materiali impiegati.

Un fattore tecnico che attualmente limita il successo delle operazioni di riciclo nel settore tessile è l'impiego di uno svariato numero di tipologie di materiali e l'uso estensivo delle miscele di fibre. Ciò rallenta le operazioni di smistamento e, non essendoci ancora tecnologie sviluppate per il trattamento dei filati misti, porta al deterioramento della qualità del materiale, che ha ricadute negative sulla commerciabilità del materiale riciclato. Progettare nell'ottica del riciclo, nelle condizioni ottimali, prevede la scelta di colori chiari e che siano facili da tingere, di filati naturali e di alta qualità, in modo da ottimizzare le prestazioni tecniche durante la lavorazione, e, ovviamente, puri, per non generare la perdita di valore sopra citata.

Il design for disassembly, invece, è un modo per garantire che gli indumenti possano essere facilmente smontati, al fine di sostituire alcune parti o riutilizzare ciascuna sezione singolarmente. In fase di progettazione, è importante studiare la costruzione del capo e fare in modo che il numero delle componenti sia ridotto. Questo

permette di sfruttare al meglio il singolo pezzo di tessuto in fase di recupero. Inoltre, riduce il numero di tagli e cuciture, consentendo di velocizzare e semplificare il disassemblaggio.

Per lo stesso motivo, è preferibile ridurre al minimo anche la presenza di rifiniture, quali bottoni, cerniere, materiali elastici, ganci e tutto ciò che può rendere difficoltoso il processo. Infine, un ruolo decisivo è quello giocato dalle etichette. Queste, oltre a descrivere all'utente le corrette modalità per prendersi cura dei capi, fungono da "documento d'identità" nel fine vita, fornendo informazioni complete sulla composizione e i trattamenti possibili.

Negli ultimi anni, sono stati avviati diversi progetti che pongono attenzione agli elementi che sono appena stati elencati.

Per esempio, l'azienda olandese Wear2Go ha sviluppato la tecnologia di eco-stitching per separare, a fine vita, i diversi pannelli che formano un capo e ottimizzarne il recupero. Ciò è reso possibile sottoponendo il tessuto alle onde del microonde. Queste ridurranno la forza di trazione che tiene cuciti assieme i pezzi e consentiranno di rimuovere facilmente cuciture, cartellini, zip, eccetera.

In Italia, l'azienda Candiani Denim ha brevettato il primo tessuto ad armatura tela, stretch, compostabile e biodegradabile al 100%. Questo tessuto viene utilizzato per la realizzazione dei jeans Coreva, prodotti solo su ordinazione, per evitare la sovrapproduzione.

Ogni anno circa 25 miliardi di capi inutilizzati vengono buttati o inceneriti e, per la maggior parte, il problema riscontrato riguarda la composizione fatta di elastomeri sintetici a base di petrolio e queste fibre, come riportato in precedenza, possono impiegare fino a centinaia di anni per decomporsi. Allora, grazie all'impiego di fibre vegetali, ricavate dalla gomma naturale, anziché di filati sintetici, questo prodotto a base biologica può bio-degradarsi nel compost in meno di sei mesi senza rilasciare prodotti chimici tossici o microplastiche.

Come affermato al termine del paragrafo precedente, la quantità di rifiuti realizzati è originata da modelli di consumo e produzione degenerati, i quali spingono la gente a considerare qualcosa come vecchio e degno di essere gettato, per poter fare spazio alla novità.

Uscire da certe dinamiche non è semplice per un utente costantemente stimolato all'acquisto e, dunque, la comunicazione assume una funzione decisiva in termini di prevenzione.

Fashion Revolution si mobilita per il raggiungimento di obiettivi sostenibili e, tramite la collaborazione di cittadini, industria e policy-makers, si preoccupa di aumentare la consapevolezza del pubblico ed educare le persone sulle sfide sistemiche che l'industria della moda globale deve affrontare. L'innesto di un cambiamento culturale genera cambiamenti nel settore e nella sua regolamentazione. Questo è sicuramente il movimento più conosciuto e più attivo su scala globale. La scelta comunicativa è quella di non far sentire le persone colpevoli o responsabili del problema, ma di renderle consapevoli del loro potere e indirizzarle verso una soluzione.

In generale, utilizzare messaggi negativi non apporta nessun beneficio alla divulgazione della tematica. È preferibile sviluppare strategie che promuovano la collaborazione e la condivisione. Come per esempio si occupa di fare l'associazione di promozione sociale, *rén collective*, dove chi scrive ha avuto la possibilità di svolgere un tirocinio curriculare. Questa piccola realtà italiana, dopo solo pochi anni di lavoro, è riuscita a instaurare un network valido e a dare vita a diverse iniziative che promuovessero l'affermarsi di una moda sostenibile e consapevole.

Più giovane, ma ugualmente schierato anche il progetto di *Dress the change*. L'obiettivo è quello di utilizzare l'informazione per sancire un futuro migliore. Sviscerando le tematiche più dibattute, dando luce a realtà lodevoli, consigliando al meglio un pubblico interessato, si possono gettare le basi per una transizione decisiva allo sviluppo sostenibile.

Anche se apparentemente piccole, sono diverse le azioni quotidiane che possono fare la differenza e influenzare positivamente, tra cui, in primo luogo:

- Aumentare il numero di volte che indossi i tuoi vestiti;
- Riparare i vestiti esistenti;
- Prendersi cura dei capi;
- Preferire la qualità alla quantità;
- Acquistare abiti realizzati con materiali eco-compatibili;
- Evitare l'acquisto, se assoggettato dalle mode;
- Servizi di noleggio;
- Donazioni ad enti certificati;
- Recupero creativo;
- Vendita online di ciò che non viene utilizzato;

Dunque, prendendo per già socialmente valido e affermato quanto è appena stato detto e cercando di prevenire la

produzione di nuovi rifiuti all'interno dell'industria tessile, tramite una strategia progettuale funzionale, come intervenire sul quantitativo di scarti di tessuto già esistenti e accumulati sulla superficie del pianeta Terra?

Nell'ottica in cui i rifiuti crescono in maniera esponenziale e potrebbero superare il numero di risorse vergini presenti sul suolo terrestre, è necessario pensare a loro e al loro ruolo e valore all'interno dell'industria in modo diverso. Ciò significa anche ridefinire il valore dei processi di fine ciclo, come il riciclaggio, e accettare i rifiuti come un inevitabile sottoprodotto del settore, prendendo consapevolezza del fatto che in un futuro non molto lontano costituiranno la risorsa presente con maggior disponibilità. Un radicale cambiamento di prospettiva mitigherebbe il problema delle discariche straripanti, perché ogni prodotto sarebbe potenzialmente la base di partenza per uno nuovo e non verrebbe mai scartato. Ci sarebbe uno spostamento fondamentale da una visione dell'economia come un sistema lineare (in cui oltre il 90% delle risorse prelevate dal terreno oggi diventano rifiuti entro soli tre mesi) ad una visione circolare in cui le risorse diventano il materiale di partenza per nuovi beni.

L'UPCYCLING TESSILE

Il 95% di ciò che viene scartato, nonostante le difficoltà tecnologiche riportate qualche pagina fa, può essere recuperato. E soprattutto, è possibile ottenere un output finale con valore maggiore di quello di partenza.

Ciò è reso possibile dall'upcycling, un insieme di pratiche che controbilanciano la tendenza al deterioramento delle qualità del materiale. I processi applicati migliorano il valore percepito, andando ad arricchire maggiormente il capitale di progettazione del capo.

L'upcycling può avvenire pre o post consumo, come per altre tecniche di recupero, ma bisogna fare attenzione a non confonderle. Difatti, il termine viene coniato nel 1994 da Reiner Pilz per sottolinearne l'apporto di valenza se messo a confronto con il riciclo, che viene definito come un down-cycling delle risorse. Poi, nel 2002, il lavoro di McDonough e Braungart approfondisce il concetto e lo rende maggiormente noto.

Le caratteristiche che vengono più citate a favore di questa pratica sono sicuramente la riduzione degli sprechi, il risparmio economico, dettato dall'impiego di risorse second-hand o provenienti da stock, e l'unicità del risultato ottenuto, frutto di un riciclo creativo esclusivo. Si produce su richiesta e su misura, con materiali che tendono ormai a scarseggiare e spesso si rivelano qualitativamente migliori rispetto a quelli attualmente in commercio.

Ma, oltre a questi evidenti pregi, bisogna ricordare che il recupero creativo è stato praticato per generazioni in tutte le culture, nessuna esclusa. È parte di un know-how comune. Soltanto negli ultimi vent'anni si è perso questo valore, non curandosi delle abilità artigianali e del coinvolgimento emotivo con i ricordi e le esperienze passate che il tessuto è capace di trattenere.

Orsola de Castro dice: "Lupcycling è una soluzione creativa di design a una sfida ambientale. Include l'estetica, la tecnica, il problem solving e un tributo all'altare del pensiero creativo, dell'efficienza e del buon senso. [...] Promuove il buon uso del tempo e la pazienza."

Attualmente il numero di creativi che sta adottando questa pratica scelta è in ascesa. Ciò comporta l'ideazione di nuove competenze e nuovi business, dove lo spreco non è visto come una pecca, ma come un'opportunità per il proprio design.

È forse questa la direzione che l'industria tessile dovrebbe intraprendere per incentivare un cambio di mindset, anziché attendere, immobile, una tecnologia nuova in grado di salvare la situazione?

RICERCA
ED ANALISI

LE POTENZIALITÀ DELL' UPCYCLING

Dopo un'analisi dello scenario di riferimento e delle alternative praticabili, l'upcycling dimostra di essere una soluzione più vantaggiosa di altre, capace di fronteggiare le problematiche esistenti, con un piglio positivo che non intacca l'inventiva ed anzi la incentiva. Si può intravedere in essa un potente strumento di progettazione da approfondire per il mondo del design e, allo stesso tempo, uno strumento di narrazione per denunciare i meccanismi difettosi dell'industria considerata, tramite la creazione di un immaginario bold and sharp, di un'estetica che può essere condivisa, arricchita e plasmata a seconda della propria identità e dei propri ideali.

Ci si propone, quindi, di studiare in maniera più approfondita quali siano le caratteristiche ricorrenti dell'upcycling e le sue potenzialità espressive nel mondo della comunicazione, senza tralasciare il valore umano e antropologico che questa tecnica ha conservato nel tempo.

L'IMPOSTAZIONE DELLA RICERCA

In primo luogo, la ricerca è consistita nel cercare realtà che si occupassero di upcycling tessile, includendo progetti realizzati con rifiuti e anche con tessuti deadstock, ovvero tutti i prodotti invenduti e stipati in magazzino, per molto tempo erroneamente considerati incapaci di generare profitto.

Nella selezione si è cercato di coprire il più vasto raggio temporale e geografico, cercando di validare l'idea che questa pratica sia parte di un know-how comune e radicato nell'essenza dell'uomo. Si è provato a tracciare connessioni, tematiche o progettuali, tali da sancire caratteristiche oggettive e funzionali di questa pratica. Non è stato possibile, per ragioni ovvie, menzionare tutte le realtà che si occupano di questa tipologia di recupero. La scelta è ricaduta su 52 storie abbastanza eterogenee.

Per una corretta fruizione del materiale raccolto, ogni case study è stato proposto sotto forma di scheda. Le informazioni riportate al suo interno sono:

- descrizione, per raccontare in breve la storia o le scelte progettuali nel caso in questione;
- collocazione geografica e raggio d'influenza;
- timeline, utile per inquadrare il periodo di riferimento e gli eventi che possono aver condizionato lo sviluppo di questa pratica;
- rilevanza in termini ambientali;
- impatto educativo;

- tipologia di tessuto recuperato, cercando di fornire informazioni il più dettagliate possibili anche sulla tipologia di lavorazione;
- parole chiave, per centrare la peculiarità del caso ed utili per proseguire nella ricerca.

CASI STUDIO

Elenco alfabetico dei casi studio selezionati

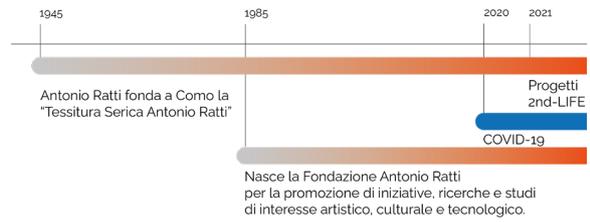
2nd LIFE-RATTI
ABITARIO
ARCHIVIST
ATELIER RIFORMA
BILUM
BLUE OF A KIND
BORO
BOUCHEROUITE
BRENT WADDEN
CHRISTOPHER RAEBURN
CRAZY QUILTS
D&G P/E 2021
DECONTOURED
DIANE SAVONA
FABSCRAP
FAITH RINGGOLD
FLAGS
FREITAG
FROM SOMEWHERE
GAMBELA MARKET
GE BA
GEE'S BEND
GUNES TERKOL
I WAS A SAARI
JOGAKBO
KANTHA

KASTHALL
KAUDI
LOUISE BOURGEOIS
MAIORNAT
MAISON MARGIELA
MAINE SERRE
NOLOOM
NONA SOURCE
PIA CAMIL
PROGETTO QUID
PROTEST FORMS
QUEEN OF RAW
RAFAEL KOUTO
REALLY KVADRAT
RECYCROM
REKOTEX
REMEMBERME CHAIR
RIVELAMI
SHOWTEX
SIMONE POST
SOPHIE ROWLEY
THE NEW DENIM PROJECT
TOMBA DI BAMBINO A GOTTWEIG
TOMBE DELLETÀ DEL BRONZO
TUNICA DI BERNUTHSFELD
YOSE-GIRE

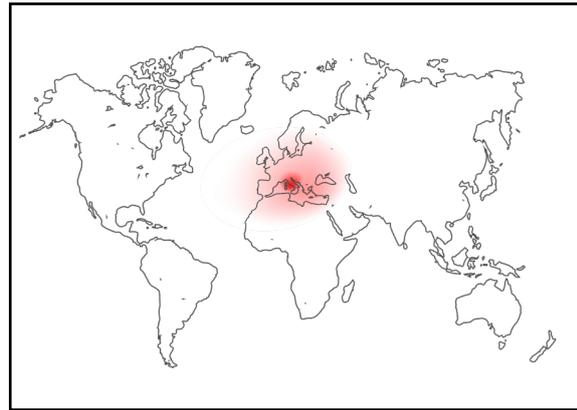
2nd-LIFE PRINT



TIMELINE



Nei primi mesi del 2021, l'azienda tessile Ratti ha avviato una serie di progetti sotto il nome di 2nd LIFE. Tra questi, la sezione PRINT si concentra sull'upcycling dei capi invenduti. Questa soluzione consente di arginare le emissioni di inquinanti rispetto ad una produzione ex-novo e di evitare una perdita economica, per l'azienda stessa e i suoi clienti, colpiti dalla crisi pandemica. Si recupera un capitale immobilizzato destinato alla svalutazione o alla distruzione. È questa una opportunità che fornisce una risposta immediata alle richieste di un mercato sempre più sensibile in tema di sostenibilità. Tramite un processo di stampa manuale, i tessuti deadstock acquisiscono un aspetto rinnovato e unico.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti e capi di abbigliamento invenduti.

KEYWORDS

#resource #brand #deadstock

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



ABITARIO



TIMELINE



ABITARIO, in una delle sue sperimentazioni tessili, trasforma le irregolarità e le imperfezioni dei maglioni in dettagli esteticamente interessanti, dimostrando come lavorare su capi con segni di usura dia modo di reinventare la forma e la storia del capo vissuto. Ne esalta la bellezza nascosta, onesta e inconsueta. Il progetto non si lascia limitare dal concetto di taglia. Le collezioni prodotte sono inclusive e adatte a tutti. Il progetto prende il nome di RicamaRipara proprio perchè le fasi di realizzazione prevedono il ricamo, segno grafico e visivo, ed il rammendo, dove si enfatizza il difetto anziché nascondarlo.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Capi di maglieria danneggiati.

KEYWORDS

#resource #brand #design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



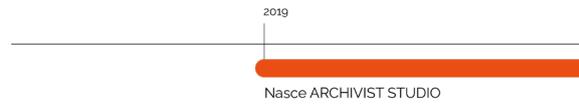
EDUCATIONAL IMPACT



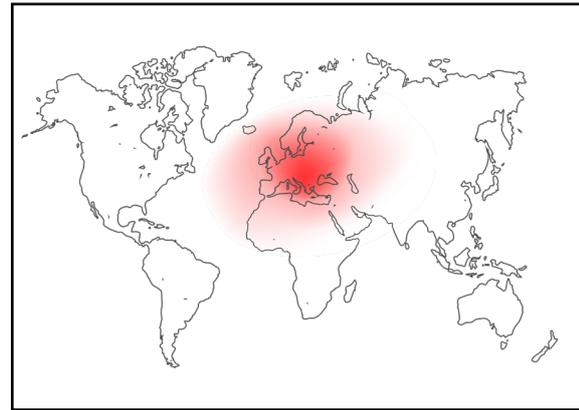
ARCHIVIST



TIMELINE



Qual è il ciclo di vita della biancheria alberghiera di lusso?
È la domanda che i fondatori di Archivist si sono posti prima di creare il loro brand.
Per mantenere standard qualitativi elevati, i capi tessili negli hotel di lusso sono spesso controllati. Anche il minimo segno di usura comporta che le lenzuola debbano essere scartate.
Quindi, in Europa, ogni anno, circa 10 milioni di chili di biancheria alberghiera di lusso finiscono in discarica.
Dopo aver campionato biancheria da diversi hotel, il brand ha deciso di trasformare lenzuola di cotone egiziano in camicie confortevoli e di alta qualità.
Il progetto è stato avviato a partire da 200 chili di cotone egiziano ottenuti da un hotel di Londra e adesso molti più alberghi stanno prendendo parte all'iniziativa. Gli hotel partner raccolgono i loro tessuti e li spediscono allo studio che, dopo un'attenta fase di controllo della qualità e della pulizia, procede con la confezione dei capi d'abbigliamento.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Lenzuola in cotone e lino egiziano provenienti dagli hotel di lusso in Europa.

KEYWORDS

#resource #waste #brand

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



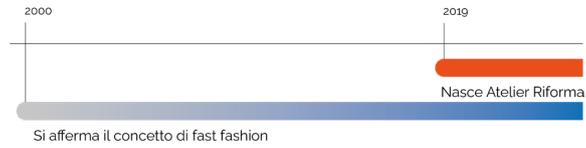
EDUCATIONAL IMPACT



ATELIER RIFORMA



TIMELINE



Atelier Riforma vuole offrire un modello alternativo all'usa e getta che ponga attenzione all'ambiente e alle odierne sfide sociali. Gli abiti usati sono visti come opportunità: attraverso l'upcycling possono trovare nuova vita, senza dover essere smaltiti come rifiuti. Nel giro di un anno e mezzo, sono stati raccolti più di 2500 capi, risparmiando risorse per lo smaltimento e per la produzione di abbigliamento da risorse vergini. L'upcycling degli abiti usati permette al settore moda di avere un impatto positivo per l'ambiente. Inoltre, si presta come strumento per creare nuove occasioni di valore umano ed economico: Atelier Riforma collabora con sartorie sociali in cui lavorano persone in condizioni di fragilità e reputa importante la collaborazione con persone che condividano i suoi stessi valori.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Capi di abbigliamento donati, scartati o recuperati dalla filiera dei capi usati.

KEYWORDS

#resource #brand #design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



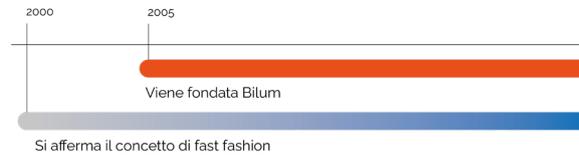
EDUCATIONAL IMPACT



BILUM



TIMELINE



Fondata nel 2005, l'azienda francese Bilum restituisce vita a materiali destinati allo smaltimento. Vengono confezionate borse e accessori a partire da airbag, cinture di sicurezza, tele pubblicitarie di grande formato, tende di palazzi parigini, tele per tende da sole e tessuti d'arredamento di lusso, vele, giubbotti di salvataggio e coprisedili da treno e da aereo, uniformi, ecc. I materiali sono selezionati per il loro design, la grafica, le proprietà tecniche, la rarità, la loro storia o quello che evocano. La produzione è locale, con una filiera corta.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Varie tipologie di materiali destinate allo smaltimento.

KEYWORDS

#resource #brand #sustainability
#design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



BLUE OF A KIND



TIMELINE



Blue of a kind è un brand italiano, il cui obiettivo è quello di raggiungere la sostenibilità nel mondo della moda.

Da ciò deriva la scelta di realizzare i capi con jeans già esistenti, materiali di stock e rimanenze di lavorazione, investendo molte energie in ricerca e sviluppo, perché ogni paio di jeans sia il più sostenibile possibile.

Le materie prime impiegate sono capi vintage di alta qualità, selezionati e raccolti tra la Francia e l'Italia, e successivamente spediti allo stabilimento centrale, dove sono completamente smontati seguendo le cuciture. Ogni pezzo viene rimodellato, secondo quella che è la concezione estetica del brand, e poi di nuovo cucito insieme per ottenere modelli nuovi e dallo stile contemporaneo.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Denim deadstock, rimanenze di lavorazione e capi vintage di alta qualità.

KEYWORDS

#brand #resource #sustainability #denim

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



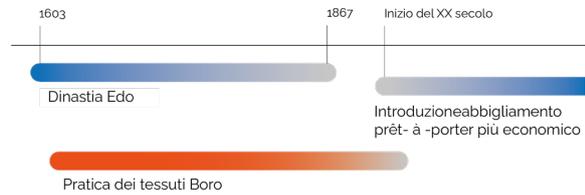
EDUCATIONAL IMPACT



BORO



TIMELINE



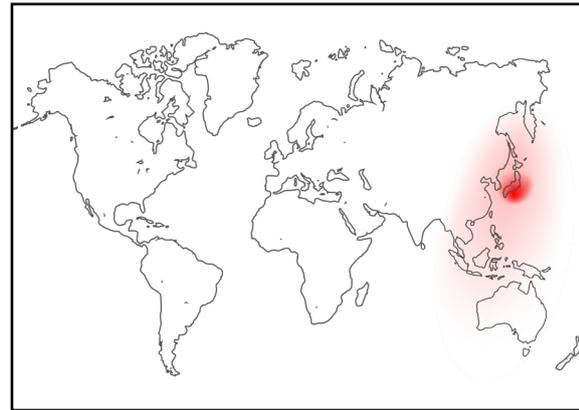
Con il termine boroboro in giapponese si intende qualcosa di lacerato o riparato. Tipicamente si utilizza in riferimento a una classe di tessuti rammendati o rattoppati insieme.

È storicamente provato come, per le famiglie meno agiate, fosse più economico autoprodurre i propri indumenti piuttosto che comprarne di confezionati.

Per le classi più povere la soluzione che risultava più vantaggiosa era quella di riutilizzare indumenti vecchi e logori come tessuto per indumenti nuovi.

In particolare, l'approvvigionamento delle fibre e dei filati più caldi era raro e molto costoso. Ne consegue che, nelle classi sociali meno abbienti, diventava necessario stratificare i tessuti, per ottenere abiti capaci di trattenere il calore e, allo stesso tempo, pratici per muoversi liberamente durante il lavoro.

Solitamente questa classe di tessuti veniva tinta con colorante indaco, il più economico e facile da coltivare. Questa pratica, portata avanti dalle famiglie di contadini per generazioni, va perdendosi all'inizio del XX secolo, con l'avvento del prêt-à-porter.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Cotone, lino, canapa, cuciti o ritessuti insieme per creare un materiale più spesso.

KEYWORDS

#history #tradition #need #culture

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



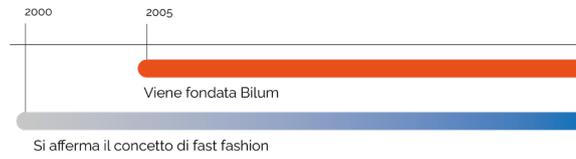
EDUCATIONAL IMPACT



BOUCHEROUITE



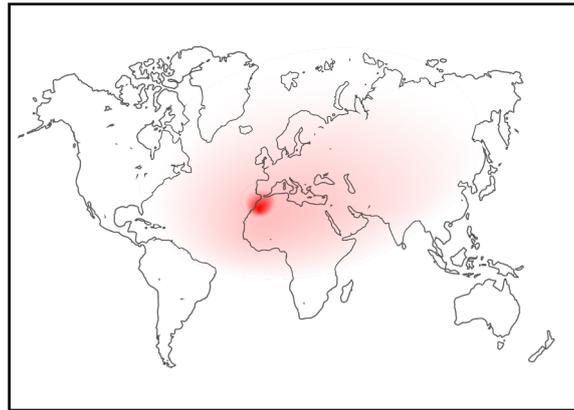
TIMELINE



Questa tipologia di tappeti berberi prende il nome dall'arabo dialettale "boucharouette" (ammasso di tessuti usati).

Attorno al 1950, in Marocco, i filati tradizionali erano molto difficili da reperire. Così, le annodatrici locali, spinte dalla necessità, hanno cominciato a utilizzare altri materiali per poter continuare a produrre manufatti per uso domestico. Vesti dismesse, brandelli di coperte, tessuti tagliati in strisciole che avessero dimensioni tali da poter essere utilizzate sia per annodare che per realizzare la struttura del tappeto.

Questa sperimentazione tessile dettata dal bisogno, ha prodotto risultati di altissimo pregio, in cui è visibile il rapporto con materiali e gamme cromatiche nuove, appartenenti ad altre culture. Nella composizione grafica e nella scelta cromatica rimandano alle opere dei maestri dell'arte moderna e contemporanea.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Materiale di scarto (cotone, fibre sintetiche e raramente lana) tagliato in strisce sottili.

KEYWORDS

#abstractism #tradition
#need #rugs

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



BRENT WADDEN

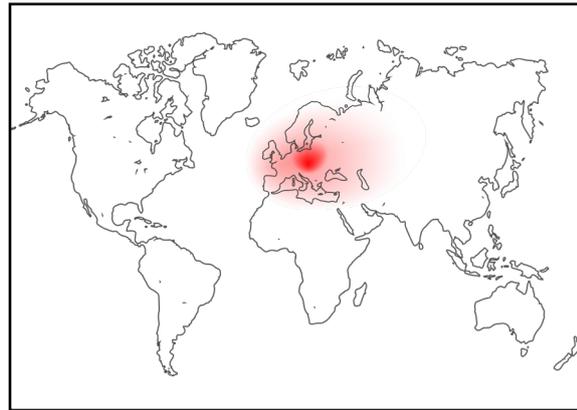


TIMELINE



Brent Wadden è un artista scozzese. Le sue creazioni tessili si basano su geometrie astratte con linee grafiche imprevedibili che sovvertono gli schemi compositivi predefiniti. Evita la simmetria. L'obiettivo atteso dall'artista è la creazione di confusione nello spettatore, per enfatizzare il processo di astrazione. Partendo dalla realizzazione di dipinti e disegni colorati e tassellati, nel 2010, Wadden approda al lavoro su telaio per tessitura.

Influenzato dalle trapunte di Gee's Bend, l'artista si procura parte dei suoi materiali, pre-usati o seconda mano, da Craigslist, eBay e Kijiji e spera di poterli impiegare come risorsa principale. "È gratificante utilizzare tutti i rifiuti del progetto di qualcun altro, trasformandolo in qualcosa di completamente diverso e bello." Il suo immaginario è fatto di errori - angoli imperfetti, pannelli intenzionalmente non corrispondenti, fibre variabili, tessuto di scarto.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Filati pre-usati o di seconda mano. L'artista vorrebbe acquistare materiale esclusivamente di seconda mano, ma non è possibile trovarne abbastanza per fare il tipo di lavoro che realizza.

KEYWORDS

#art #abstractism

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



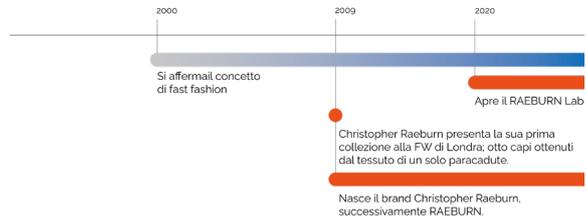
EDUCATIONAL IMPACT



CHRISTOPHER RAEBURN



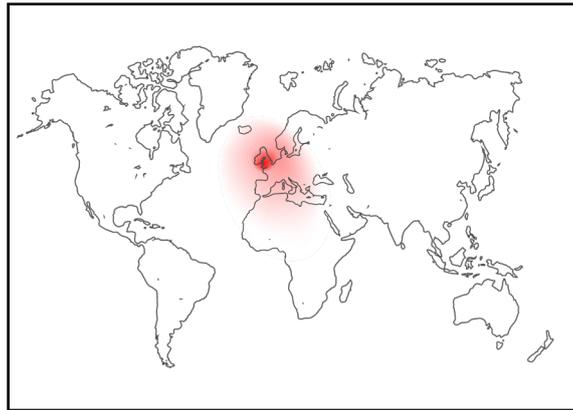
TIMELINE



Christopher Raeburn ha fondato il suo marchio omonimo, incentrandosi sull'idea di fashion design responsabile e sostenibile. L'etica RÆMADE, in particolare, ha aperto la strada alla rielaborazione di tessuti e indumenti in eccesso per creare pezzi distintivi e dal carattere funzionale.

Questa linea di pensiero ha le sue origini nella sua passione per i materiali militari e l'abbigliamento utilitario.

Fondato nel 2001, ha portato alla collezione AW10 PREPARE, dove stock militari fuori servizio erano utilizzati per creare capispalla in edizione limitata. Ogni modello RÆMADE è prodotto decostruendo l'originale e rielaborando i materiali in capi unici ed etici.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti deadstock di altissimo pregio e materiali recuperati da altri processi di lavorazione tessile, spesso provenienti dal settore militare.

KEYWORDS

#brand #sustainability #design #deadstock #waste #couture

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



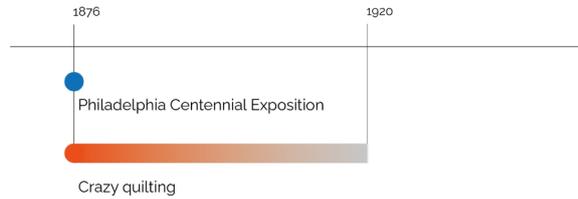
EDUCATIONAL IMPACT



CRAZY QUILTS



TIMELINE

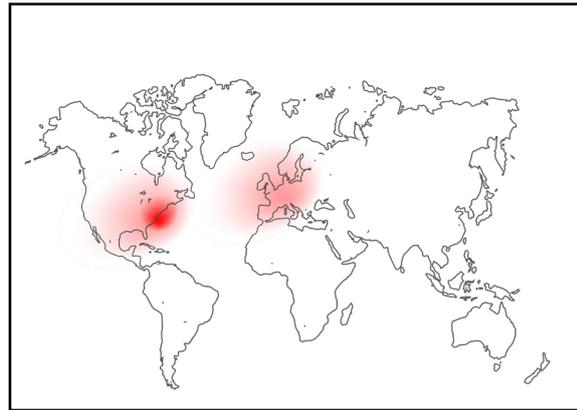


Le crazy quilts differiscono dalle trapunte tradizionali. L'attenzione solitamente dedicata alle forme geometriche dei blocchi qui veniva trascurata. I pattern potevano impiegare pezzi di tessuto molto più piccoli e di forma più irregolare. Rispetto alla variante standard, nelle crazy quilts era molto più frequente l'impiego di pezzi di tessuti esotici per l'epoca, come velluto, raso, tulle o seta, e l'applicazione di decorazioni come bottoni, pizzo, nastri, perline, o ricami.

La realizzazione poteva richiedere fino a 1500 ore per la composizione di una sola trapunta.

Questo modello si diffuse alla fine del 1800, probabilmente in seguito alla scoperta del ricamo inglese e dell'arte giapponese durante la Philadelphia Centennial Exposition, nel 1876.

Divenne una moda tra le donne borghesi, le quali utilizzarono l'ampia varietà di tessuti che l'industria tessile del XIX secolo offriva per mettere insieme singole trapunte da centinaia di tessuti diversi.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Velluto, raso, tulle o seta, e decorazioni come bottoni, pizzo, nastri, perline, o ricami.

KEYWORDS

#history #culture #scraps

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT

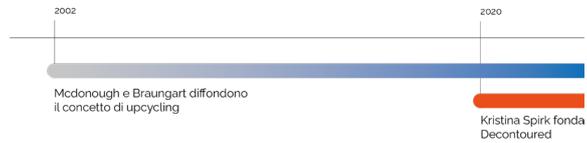


DECONTOURED



Decontoured è un progetto sartoriale a cura della designer Kristina Spirk. Quest'ultima riceve i clienti su appuntamento in atelier, dove si occupa di ridisegnare un capo che possiedono da tempo, ma che non vogliono più indossare così com'è. Nel suo lavoro l'ispirazione proviene dall'operato dell'artista Pablo Picasso. Ne conseguono destrutturazioni, sfaldamenti e ricomposizioni. L'upcycling ha un basso impatto ambientale, in più, nel caso in cui venga applicato su un indumento che si ha molto amato, o che proviene dal passato di persone a cui siamo legati, acquisisce un valore unico.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Capi d'abbigliamento pre-loved.

KEYWORDS

#memory #couture

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



DIANE SAVONA



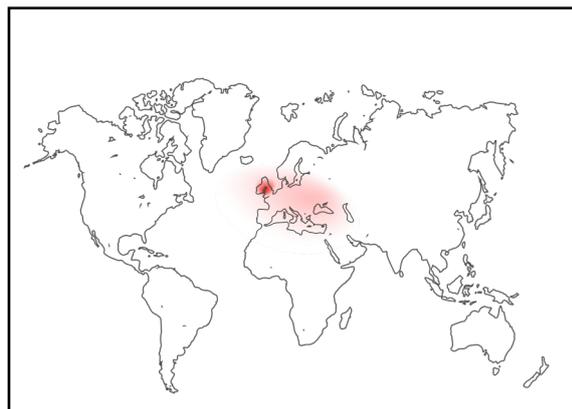
TIMELINE



"Qual era la loro storia?" È questa la domanda che l'artista si pone durante il processo creativo. Sceglie di lavorare con oggetti recuperati nelle vendite di garage e proprietà. Nel quartiere di Passaic è ancora forte la presenza di immigrati di prima e seconda generazione provenienti dall'Europa dell'Est. La vendita delle loro proprietà è un modo per Savona di riavvicinarsi alla tradizione e recuperare il linguaggio e gli strumenti dei suoi antenati polacchi.

"Dissotterra" elementi un tempo comunemente utilizzati nella sfera domestica - puntaspilli, uova da rammendo, uncinetti - e ora quasi estinti. Recuperando poi anche ricami dimenticati, riesce ad ottenere opere tessili che inglobano questi oggetti al loro interno e si presentano come pezzi d'arte, tanto quanto come fonti archeologiche. Raccontano le storie delle generazioni passate.

"Decostruendo manufatti del passato e preservandoli in una presentazione archeologica, spero di cambiare la percezione dello spettatore del nostro patrimonio tessile."



KIND OF FABRIC RECOVERED

Vecchi ricami su tessuto che diventano il supporto entro il quale preservare oggetti storici della tradizione est-europea.

KEYWORDS

#art #history #culture #affection
#tradition #memory

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



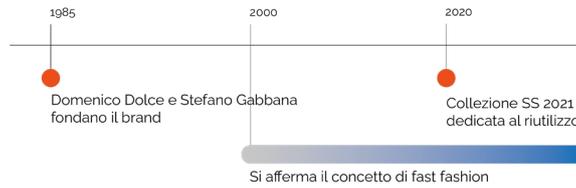
EDUCATIONAL IMPACT



DOLCE&GABBANA SS2021



TIMELINE



Dolce & Gabbana, nella collezione SS 2021, si è dedicato al tema del riutilizzo: realizzare un nuovo guardaroba partendo da ciò che è "vecchio" può portare all'ideazione di risultati contemporanei e fortemente personali. Questa riflessione è sorta dalla spingente sensibilizzazione riguardo il tema della sostenibilità e dalla rapida obsolescenza del modo in cui si tende ad acquistare e vestire. Interiorizzando questo pensiero, il duo artistico decide di far sfilare in passerella capi con uno stile patchwork, ripreso dal passato e con un forte legame visivo all'infanzia trascorsa in Sicilia. I due designer, inoltre, si sono preoccupati di restituire il giusto valore anche alle maestranze che si occupano della fase di realizzazione: ogni pezzo è stato interpretato dalle mani di esperti artigiani.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti deadstock di altissimo pregio, appartenenti alle precedenti collezioni della casa di moda.

KEYWORDS

#couture #tradition #deadstock

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



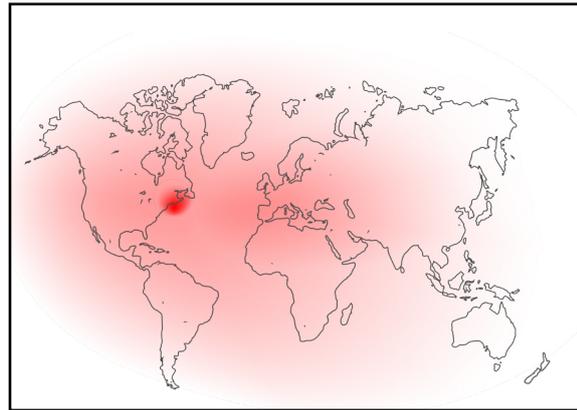
FABSCRAP



TIMELINE



A New York, i tessuti rappresentano il 6% del flusso totale di rifiuti della città. Nel caso di rifiuti commerciali, le normative sul riciclaggio non sono ancora state messe in vigore. Pertanto, oltre alla stima precedentemente riportata, relativa ai rifiuti tessili prodotti in contesto domestico, è difficile quantificare e caratterizzare i rifiuti commerciali. Per di più, se un designer volesse riciclare i propri rifiuti tessili, si troverebbe in difficoltà a causa della mancanza di infrastrutture e di un problema di volumi di produzione. Inoltre, gli scarti di tessuto commerciale diventano complessi da trattare anche per le organizzazioni noprofit. Allora, FABSCRAP è stato creato per soddisfare le esigenze di riciclaggio dei rifiuti tessili commerciali di New York City. I materiali che tradizionalmente sarebbero finiti in discarica vengono adeguatamente riciclati e in buona parte resi disponibili per il riutilizzo. Si tratta di un'organizzazione di beneficenza che non prevede il modello tradizionale senza scopo di lucro. Il costo del servizio copre i costi operativi e permette di regalare tessuti a studenti, artisti, designer locali e artigiani per il riutilizzo.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Rifiuti tessili commerciali, raccolti dall'organizzazione nella città di New York.

KEYWORDS

#waste #scraps #marketplace
#resource

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



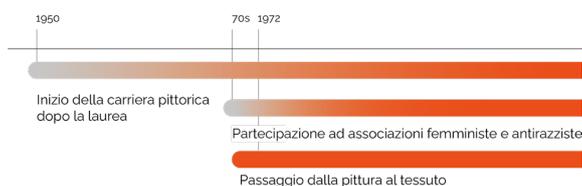
EDUCATIONAL IMPACT



FAITH RINGGOLD

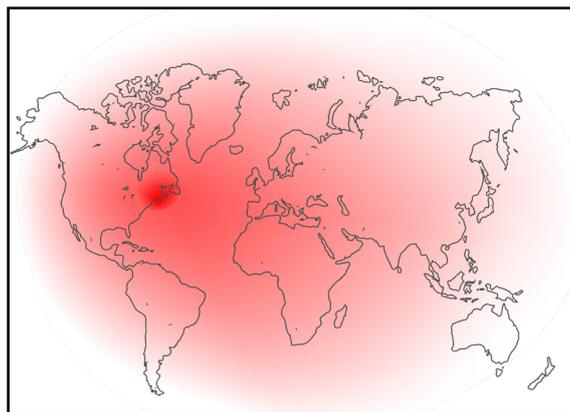


TIMELINE



Faith Ringgold è una degli artisti più significativi della sua generazione. Prima di molti altri, ha usato l'arte per sfidare la percezione dell'identità afroamericana e della disuguaglianza di genere. Viene ricordata come "una delle prime femministe a incorporare i tessuti nella sua pratica".

Faith ha iniziato a lavorare con i tessuti fin da bambina. L'asma la costringeva a trascorrere molto tempo a casa, così sua madre iniziò a darle ritagli di stoffa per intrattenerla e le insegnò a cucire. Lavorare con tessuti e trapunte fa parte della storia della famiglia dell'artista da più generazioni. Nel corso degli anni, l'artista ha utilizzato il tessuto per realizzare dipinti in stile tibetano su tela, sculture morbide e bambole, rendendolo uno strumento per raccontare storie che non avrebbe potuto raccontare altrimenti nella posizione di donna afroamericana. Inoltre, il tessuto era un supporto abbastanza leggero da poter essere trasportato comodamente dall'artista, senza aver bisogno dell'aiuto del marito o di chiunque altro.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Avanzi di stoffa colorata e cotone.

KEYWORDS

#art #history #feminism
#storytelling #tradition

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



FLAGS



Flags, il progetto di Vladislav Shapovalov, parte dalla sua ricerca negli archivi del Centro di Documentazione della Camera del Lavoro di Biella. Tra i tanti documenti, memorie e manufatti che narrano la storia del movimento operaio nella regione, due bandiere in particolare hanno catturato l'attenzione dell'artista, all'interno di una raccolta di oggetti utilizzati durante le manifestazioni degli operai delle fabbriche tessili dalla metà del 1800 fino al presente. I due standardi non recano simboli di fedeltà politica o sindacale, o della fabbrica che rappresentavano, ma sono composti da tanti piccoli frammenti di tessuto ricamati con nomi delle donne che ci lavoravano cuciti insieme. Nel contesto lavorativo dell'industria tessile, dove il lavoratore è anonimo e il marchio compare lungo la cimosa del catenaccio di tessuto o sull'etichetta del prodotto finito, il lavoro di Shapovalov offre un raro esempio di un gruppo di lavoratori presentati come individui attivi. L'artista vuole ridare valore ad un artefatto ingenuo e allo stesso tempo con un significato potente che intreccia al telaio della storia i fili della trama personale femminile.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Piccoli frammenti di tessuto utilizzati per comporre bandiere per le proteste operaie nel settore tessile.

KEYWORDS

#art #storytelling #history #feminism

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT

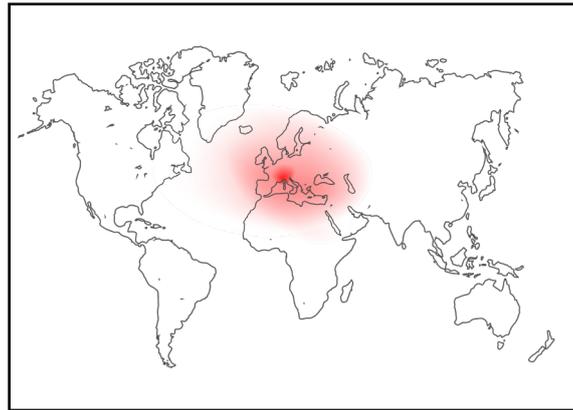


FREITAG



Il brand svizzero Freitag propone il riciclo dei teloni che ricoprono i camion e la loro trasformazione in borse e accessori unici altamente funzionali e durevoli nel tempo. Il materiale, una volta approvvigionato, è liberato dal rivestimento protettivo e controllato minuziosamente. Successivamente, viene lavato a fondo per rimuovere le impurità e passare alla fase di progettazione e realizzazione. I fratelli Freitag si sono dimostrati visionari nell'utilizzare materiali riciclati quando la cosa non era ancora di tendenza, iniziando la loro attività nel 1993. Con una produzione annua di 300mila prodotti e il riciclo di 300 tonnellate di teloni all'anno il marchio Freitag continua a essere pioniere nel campo della moda sostenibile.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Teloni di camion usati, cinture di sicurezza e camere d'aria riciclati.

KEYWORDS

#resource #sustainability
#brand #design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



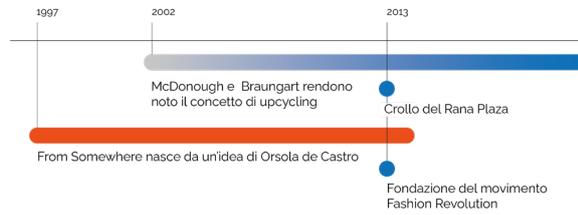
FROM SOMEWHERE



From Somewhere nasce nel 1997 da un'idea di Orsola de Castro, attuale direttrice del movimento globale Fashion Revolution. Uno dei suoi maglioni preferiti si era bucato e la designer ha ben pensato di prendere l'uncinetto e rielaborarne i difetti, valorizzandoli, quindi riportando qualcosa di vecchio, considerabile "morto" o "semi-morto", in vita. E il principio di From Somewhere è stato più o meno sempre quello. C'è sempre stato quello di trattare di pezzi usati, pezzi unici oppure grandi tonnellate di golf di cachemire o vestiti per la casa, si è sempre basato sul concetto di rielaborare ciò che gli altri non volevano.

Il brand è stato anche oggetto di collaborazioni con grandi marchi, da Topshop a Speedo, riutilizzando il loro invenduto, i loro stock e materiali. Il progetto si interrompe nel 2014, dopo la fondazione del movimento Fashion Revolution, ma è importante ricordare come abbia anticipato i bisogni dell'industria tessile.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Capi usati, invenduti, materiale di stock.

KEYWORDS

#affection #brand #resource

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



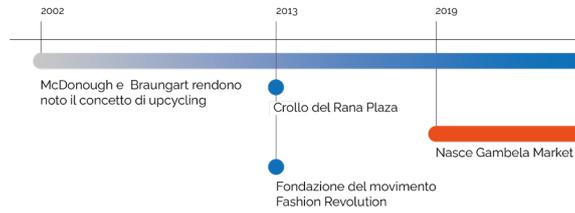
EDUCATIONAL IMPACT



GAMBELA MARKET



TIMELINE



Gambela Market è un brand con radici franco-congolesi, che mira a offrire prodotti unici e responsabili, progettati a partire da scarti di tessuti wax, tipici della cultura africana, mixati con altri materiali di scarto.

L'obiettivo del brand è quello di allungare la vita dei capi il più possibile, arricchendo ogni singolo pezzo con dettagli esclusivi ed irripetibili, cercando allo stesso tempo di dare valore alla cultura africana e consentendo ai propri clienti di consumare in modo responsabile prodotti made in France.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Scarti di tessuto wax e stock in eccesso; materiali pronti ad essere gettati via (ritagli di stoffa, gioielli rotti, vestiti o biancheria) trasformati in accessori o patch.

KEYWORDS

#waste #sustainability #scraps

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



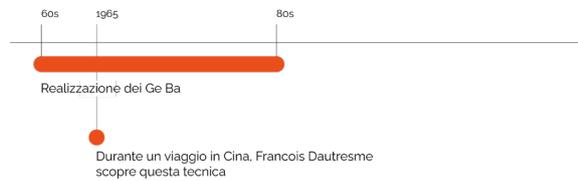
EDUCATIONAL IMPACT



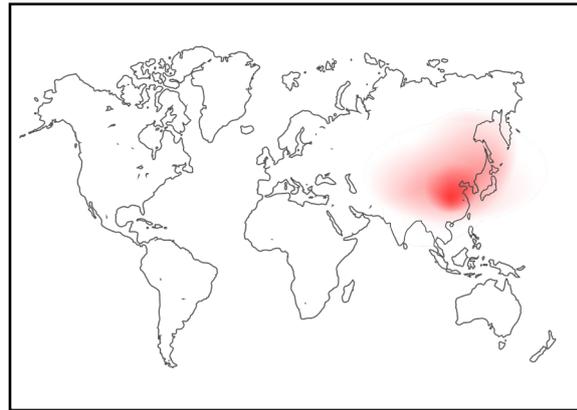
GE BA



TIMELINE



“Ge Ba” è l'antica pratica cinese di realizzare un collage tessile. Questa pratica era diffusa in tutta la Cina. Le donne, quando il tempo era buono, si riunivano, per lavorare insieme chiacchierando. Su una superficie omogenea, venivano incollati pezzi di stoffa con colla di riso. I pezzi risultanti, dalle dimensioni di circa 40x60 cm, erano piuttosto resistenti ed utilizzati per imbottire le suole delle scarpe dalla metà del ventesimo secolo. Tutti i tipi di scarti di tessuto sono stati utilizzati per realizzare Ge Ba, qualsiasi cosa logora o non più utilizzata, vecchi ricami e persino tessuti di propaganda. Le composizioni ottenute sono astratte e talmente particolari da essere divenute oggetto di raccolta museale, a seguito della scoperta di Francois Dautresme.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Scarti di tessuto di qualsiasi genere, ricami, così come tessuti di propaganda.

KEYWORDS

#culture #scraps #tradition
#abstractism #history

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



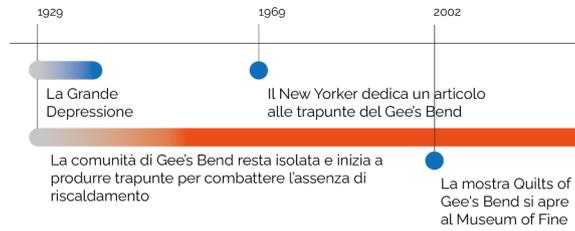
EDUCATIONAL IMPACT



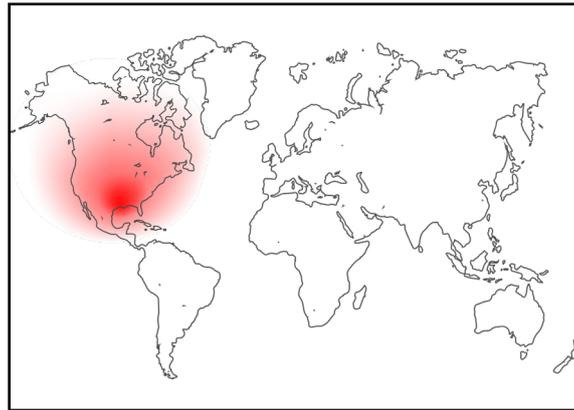
GEE'S BEND



TIMELINE



Considerate un contributo unico e tra i più importanti della cultura afroamericana alla storia dell'arte degli Stati Uniti, le trapunte realizzate dalle donne del Gee's Bend si distinguono per le vivaci composizioni e la semplicità delle forme geometriche scelte. L'esecuzione dal tocco minimalista viene associata dalla critica alle raffigurazioni pittoriche dell'Astrattismo del ventesimo secolo. Per ben comprendere questa pratica bisogna tenere a mente la collocazione geografica di questa comunità, sviluppata lungo le rive dell'Alabama River. Nel periodo del dopoguerra, il raggiungimento di questo territorio era quasi impossibile. Ne consegue un isolamento quasi totale e condizioni di vita precarie, denotate da assenza di acqua calda, telefono ed elettricità. È così che dalla necessità di tenere al caldo se stesse e soprattutto i loro cari, le donne realizzano trapunte, spesso accompagnandosi con il canto e la narrazione di storie. È soltanto negli anni '70 che questo fenomeno ottiene la giusta attenzione mediatica, portando in seguito all'allestimento di mostre ed esposizioni.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Strisce di tessuto povero ricavato dagli scarti della produzione o dismissione di capi di abbigliamento.

KEYWORDS

#tradition #need #history
#abstractism #scraps

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



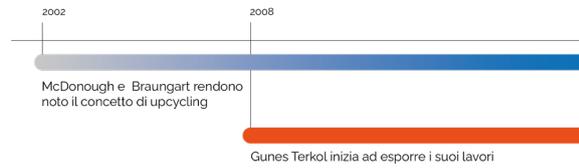
EDUCATIONAL IMPACT



GUNES TERKOL



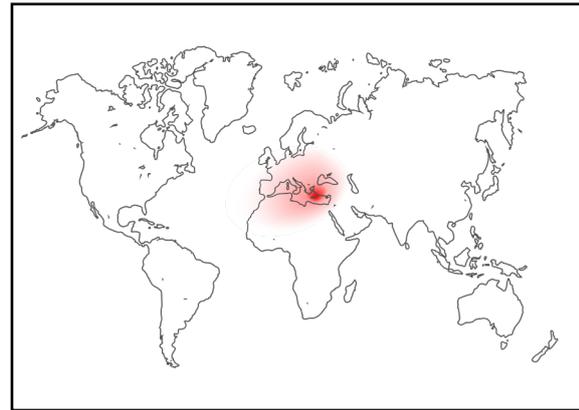
TIMELINE



Gunes Terkol lavora con diverse tipologie di supporti, ma la scelta del ricamo e dell'impiego di tessuti di recupero è dettata da un atto di resistenza, che rivendica una forma di produzione indipendente e amplia l'accesso all'arte contemporanea. Se l'interesse dell'artista, inizialmente, era concentrato sugli scampoli di materiali prodotti in fase di produzione e di consumo, adesso ricade su tulle e garza.

"Nonostante sembra che stiano per sgretolarsi da un momento all'altro, questi tessuti sono abbastanza resistenti da reggere il peso delle figure ricamate, e attraverso la trasparenza, posso creare una storia dentro una storia dentro una storia."

Infatti, i concetti di racconto, condivisione e collaborazione sono alla base delle sue opere e dei workshop che organizza. L'artista rivaluta l'importanza del lavoro manuale in un momento storico molto delicato, dove è necessario preoccuparsi per il bene della collettività e decidere come risolvere problemi condivisi che coinvolgono tutti.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Garza e tulle recuperati dai processi di produzione e consumo.

KEYWORDS

#art #storytelling #feminism

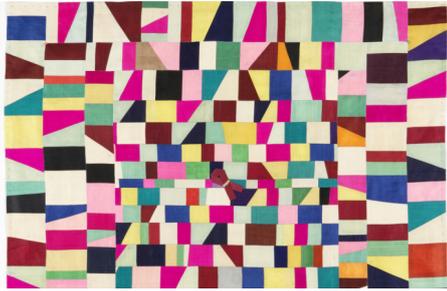
ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



JOGAKBO



Il jogakbo è una tecnica di recupero tessile di origine coreana. Si tratta di una variante del Bojagi, tessuto da imballaggio usato all'intero della tradizione locale. Dalla tipica forma quadrata, hanno avuto molti utilizzi nel corso della storia - per la conservazione del cibo, per le confezioni regalo, come forma d'arte nazionale.

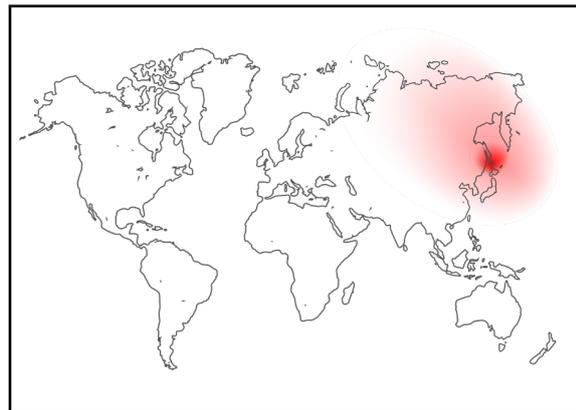
I jogakbo rappresentano il modello realizzato e diffuso tra il popolo, che si differenzia da quello reale, realizzato in materiali pregiati e in colori che vanno al rosa-rosso al viola.

Essi si ottenevano cucendo insieme pezzi di stoffa di dimensioni ridotte (jogak), reduci da altre tipologie di lavori di cucito.

Frequentemente, la realizzazione di abiti habok, con le sue cuciture curvilinee, produceva materiale per i jogakbo.

Il risultato è un effetto patchwork che ricorda la produzione artistica di Paul Klee e di Mondrian.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Ritagli di tessuto, come cotone, seta o ramia (una fibra vegetale originaria dell'Asia orientale dall'aspetto particolarmente brillante), canapa. Talvolta anche carta.

KEYWORDS

#tradition #scraps #culture
#abstractism #history #gift

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



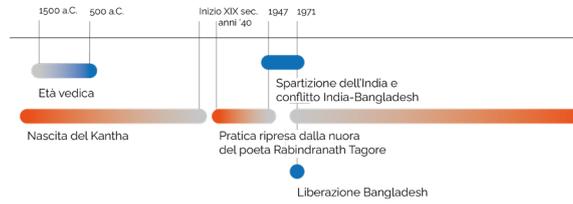
EDUCATIONAL IMPACT



KANTHA

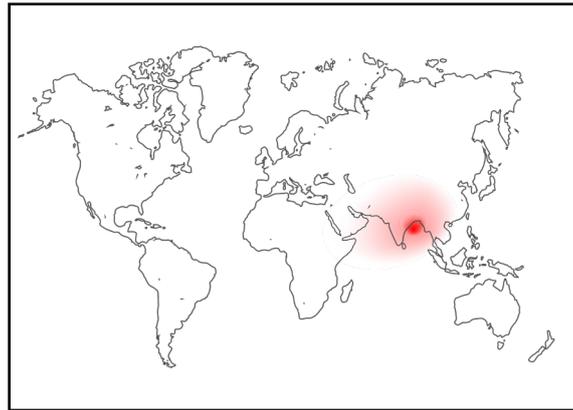


TIMELINE



I plaid e le trapunte Kantha attualmente in commercio sono l'evoluzione di una ricca tradizione orientale. Per molti secoli, le donne bengalesi che vivono nelle regioni più povere hanno prodotto trapunte e cuscini Kantha come un modo per riutilizzare i tessuti dismessi, un mix di vecchi sari e altri pezzi di stoffa scartati.

In Bangladesh, si pensa che i vecchi indumenti abbiano qualità protettive. Il tessuto è capace di trasportare le emozioni e può, letteralmente, sembrare un caldo abbraccio, pieno dei ricordi di chi lo ha indossato precedentemente. Infatti, in origine, prima di diventare fonte di sostentamento economico, questa pratica era una tradizione domestica, i cui risultati erano offerti agli ospiti come simbolo di benvenuto.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Vecchi sari e altri pezzi di stoffa scartati.

KEYWORDS

#tradition #memory #history
#culture

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



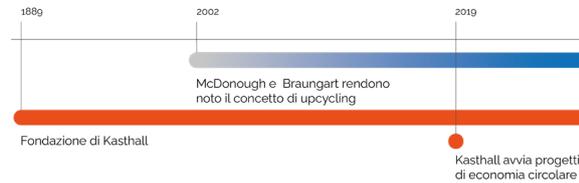
EDUCATIONAL IMPACT



KASTHALL

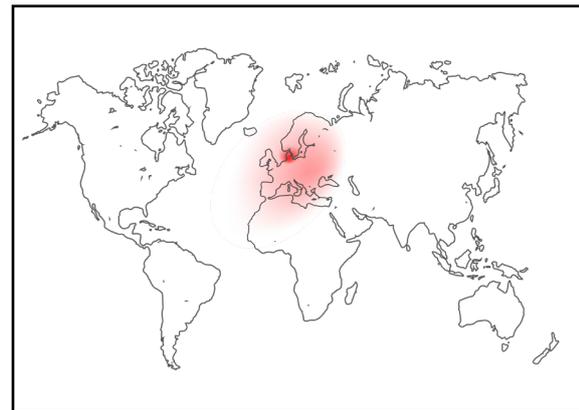


TIMELINE



L'azienda svedese KASTHALL produce tappeti su misura e su ordinazione, adattandosi alle esigenze del singolo utente ed evitando l'eccesso di scorte. Eppure, ciò comporta la produzione di avanzi di bobine di filati colorati. Ellinor Eliasson, designer per il brand, ha pensato di sfruttare questi filati per la realizzazione della collezione Harvest:

i materiali sono stati divisi in base al colore fondamentale, in modo tale da lasciare al cliente la possibilità di selezionare il colore di riferimento. Dunque, nella fase di intreccio si inizia con un filato di un determinato colore e, nel momento in cui una bobina viene esaurita, si passa ad un filato appartenente allo stesso gruppo cromatico. Infine, il tappeto viene rifinito e applicato su una base di pelle, ottenuta dagli scarti della produzione automobilistica. Questa soluzione è stata d'ispirazione anche per la collezione Flourish. In questo caso, i colori vengono miscelati, alternando diverse spole durante la realizzazione. Il risultato sono tappeti patchwork con una texture vibrante e particolare al tatto.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Filati in eccesso dalla produzione di tappeti su misura e su ordinazione.

KEYWORDS

#resource #design
#rugs #waste

"The future for waste as a raw material is bright - and necessary."

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



KAUDI



La regione del Karnataka si distingue per la ricchezza di tradizioni nelle arti e nella cultura. La varietà ottenuta nella progettazione di costumi procede di pari passo con lo sviluppo creativo nella realizzazione dei tessuti a partire da semplici materie prime. Il kaudi è una tipologia di trapunta tipica del villaggio di Aneundi. Le donne del luogo, nella realizzazione dei kaudi per le loro famiglie, cuciono assieme sari appartenuti alle loro madri e nonne e avanzi di stoffa. I vari tasselli sono congiunti con filo di nylon o poliestere di colore trasparente, in modo tale da non essere visibile. C'è un valore sentimentale associato a queste coperte, dovuto al valore affettivo della stoffa impiegata. Alcuni confessano che quando utilizzano queste coperte è come se avvertissero la sensazione di dormire in grembo alle loro madri.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Abiti della tradizione appartenuti alle donne della famiglia e tessuto di scarto.

KEYWORDS

#tradition #culture #affection
#memory

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



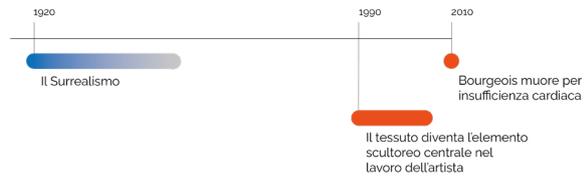
EDUCATIONAL IMPACT



LOUISE BOURGEOIS

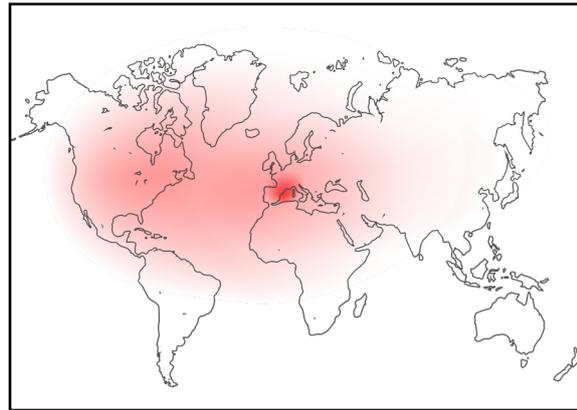


TIMELINE



Dopo un avviato percorso artistico d'impronta surrealista, Louise Bourgeois inizia a lavorare con il tessuto, facendo in modo che diventi reincarnazione del suo passato e relazione con la memoria, componenti reiterate nella sua ricerca.

L'artista riesce ad esaltare i colori brillanti e le proprietà strutturali del materiale. La stoffa si trasforma in riferimenti emotivi e personali, ricordando anche il lavoro dei suoi genitori come restauratori di arazzi.



"I always had the fear of being separated and abandoned. Sewing is my attempt to keep things together and make things whole."

"Clothing is...an exercise of memory...It makes me explore the past... how did I feel when I wore that..."

KIND OF FABRIC RECOVERED

Vecchi indumenti appartenuti a lei e ai suoi cari.

KEYWORDS

#tradition #surrealism #art
#memory

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



MAIORNAT



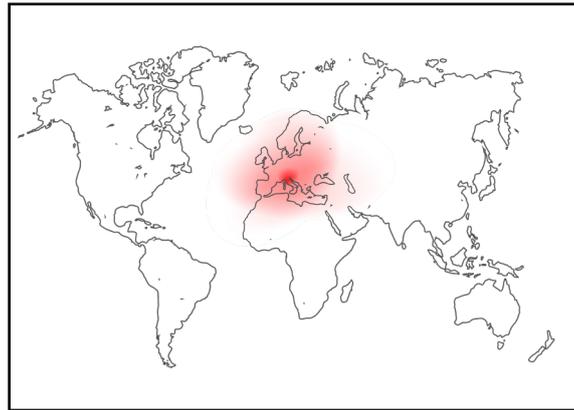
TIMELINE



Nella cattedrale di S. Stefano a Vienna, in Austria, è documentato come l'imperatrice Karolina Augusta, la quarta moglie di Francesco I d'Asburgo, abbia donato il suo abito di incoronazione il 17 gennaio 1859 alla chiesa. Il prezioso tessuto damascato di seta ricamato con fili d'argento è stato trasformato in una casula, la veste liturgica a cui è stato dato il nome di Maiornat, e utilizzato per parti decorative in altre vesti ecclesiastiche.

Un riutilizzo di tessuti preziosi, donati alla chiesa, come in questo caso, è un fenomeno di cui si possono ritrovare più testimonianze. In particolare, erano i membri femminili delle famiglie reali e d'élite a donare tessuti pregiati, solitamente trasformati in paramenti liturgici.

Sempre nella cattedrale di S. Stefano si possono apprezzare esempi di casule realizzate a partire dagli abiti da sposa delle donne della famiglia Asburgo. Mentre nel museo di Schnutgen, a Colonia, si trovano paramenti in velluto rosso con broccato oro, fabbricati grazie al conte Gumprecht II von Neuenahr, che nel 1459 donò gli abiti della defunta consorte.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti di altissimo pregio appartenuti alle famiglie reali o all'alta borghesia, trasformati in paramenti ecclesiastici.

KEYWORDS

#history #culture #gift

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



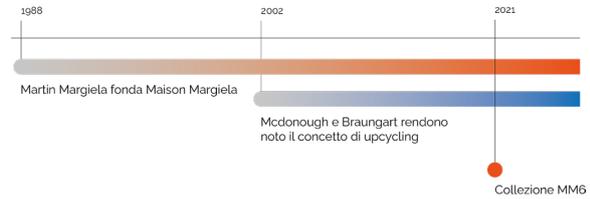
EDUCATIONAL IMPACT



MAISON MARGIELA



TIMELINE

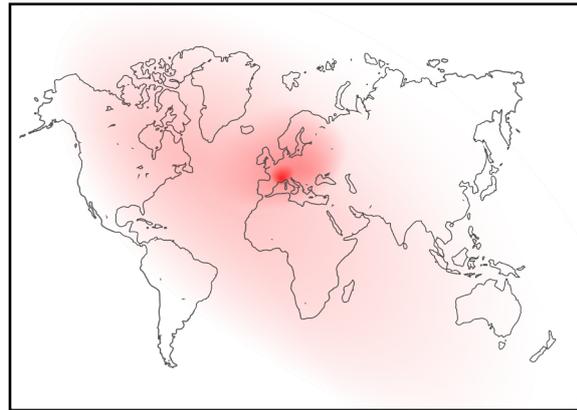


Le opere della Maison Martin Margiela sono state un esempio di capi artistici basati sulla tecnica di upcycling. I modelli di Martin Margiela, fondatore della casa, sono spesso stati realizzati con capi di seconda mano combinati in modo nuovo.

Alla fine degli anni '80 ha creato una nuova estetica, molto vicina alle opere del ready-made.

Nel presente, questo brand ha cambiato direzione artistica, ma nelle collezioni delle ultime stagioni si può notare un ritorno agli ideali di Martin Margiela e un approccio al recupero.

Dopo il progetto Recicla, presentato lo scorso anno, viene proposta una capsule collection in edizione limitata di accessori. Una selezione creata durante il periodo di lockdown, composta da una serie di accessori realizzati seguendo un motivo patchwork con materiali recuperati dalle stagioni precedenti.



KIND OF FABRIC RECOVERED

In origine capi di seconda mano. Nella collezione recente, nunuck, la nappa, il suede e la pelle di vitello.

KEYWORDS

#couture #brand

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



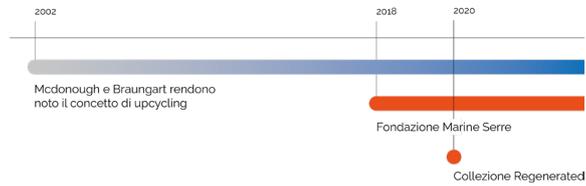
EDUCATIONAL IMPACT



MARINE SERRE

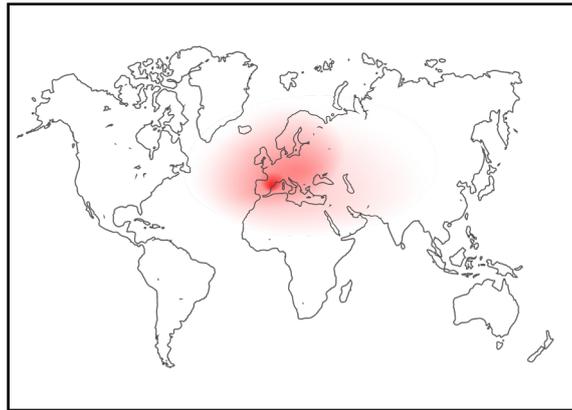


TIMELINE



Per la collezione SS2020 "Regenerated", il brand francese ha proposto una serie di texture e materiali sottoforma di un patchwork artistico di materiali upcycled.

Per far comprendere nel dettaglio il processo sostenibile di realizzazione, Marine Serre ha pubblicato un video dedicato alla spiegazione di questi progetti "rigenerati". I filmati mostrano la trasformazione del prodotto riciclato in un pezzo finito. La designer si è dedicata al riutilizzo del denim scartato, all'upcycling di vecchie lenzuola o altri materiali salvati dalla discarica, per esempio, asciugamani prodotti in eccesso, vecchie sciarpe di seta, pelle deadstock, e lavori all'uncinetto. Il risultato finale non è riconducibile a qualcosa di scartato ed, anzi, ha un design curato ed esclusivo.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Denim, vecchie lenzuola, asciugamani prodotti in eccesso, vecchie sciarpe di seta, pelle deadstock e lavori all'uncinetto.

KEYWORDS

#brand #design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



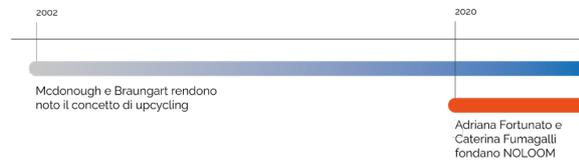
EDUCATIONAL IMPACT



NOLOOM



TIMELINE



Le progettiste italiane Caterina Fumagalli e Adriana Fortunato, nel 2020, hanno ideato Nooloom. Recuperando tessuti non utilizzati e altro materiale – prove di colore, scampoli e cimose – danno vita ad opere di art design o prodotti di home couture. Nooloom è nato durante il primo lockdown. I primi risultati effettivi sono arrivati solo in seguito a mesi di studio, rivolto soprattutto all'arte tessile e all'architettura del movimento Bauhaus.

Il procedimento di lavorazione consiste nell'intreccio dei tessuti a mano, senza l'utilizzo del telaio. Le sperimentazioni sul lino seguono l'approccio Freefiber, mentre quelle che prevedono l'uso delle cimose, il Cimussa. L'obiettivo delle fondatrici è quello di dar sfogo alla creatività femminile e tradurre il lavoro manuale delle donne in un elemento di memoria della tradizione tessile.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Seta, lino, lana, cotone pregiati, provenienti dalla filiera tessile italiana e materiali come scampoli, cimose, prove colore.

KEYWORDS

#waste #scraps
#art #design #yarn

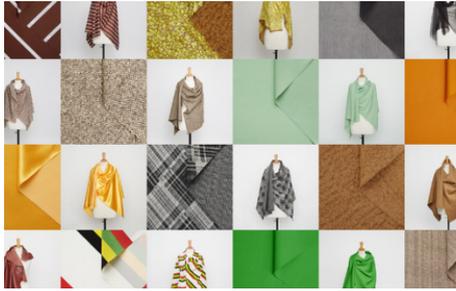
ENVIRONMENTAL RELEVANCE



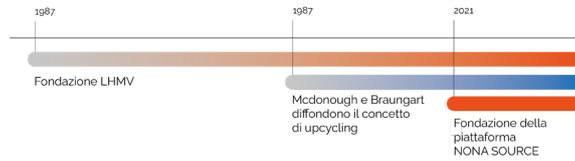
EDUCATIONAL IMPACT



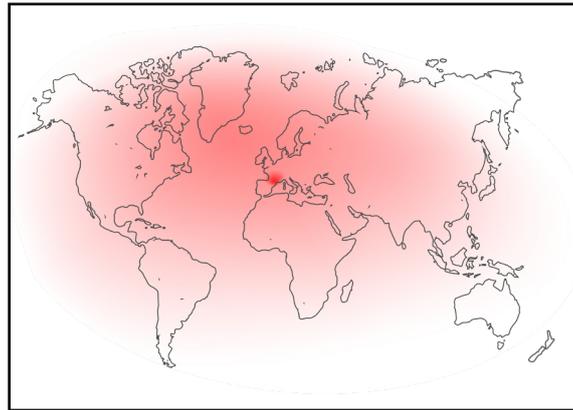
NONA SOURCE



TIMELINE



Nona Source è una start-up impegnata al servizio della comunità creativa e dedita a una nuova forma di moda. La nuova piattaforma di LVMH vende tessuti deadstock e offre ai professionisti dei settori della moda e del design l'opportunità di acquistare materiali esclusivi a un prezzo competitivo e in stock service. La piattaforma è aperta a tutti, anche ai brand concorrenti. Si tratta di un enorme passo avanti per il mondo delle prestigiose case di moda, abituato a disfarsi delle eccedenze con l'incenerimento dei capi. Il catalogo comprende un'ampia varietà di materiali selezionati da prestigiose Couture Houses, eccezion fatta per quelli che riportano loghi, esclusi per motivi di proprietà intellettuale. Le pagine dei prodotti forniscono tutti i tipi di informazioni: origine (non il nome del fornitore), dimensioni, peso e composizione. I prezzi sono inferiori dal 60 al 70% rispetto al prezzo lordo pagato originariamente.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti deadstock di altissimo pregio.

KEYWORDS

#resource #marketplace
#deadstock

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



PIA CAMIL



TIMELINE



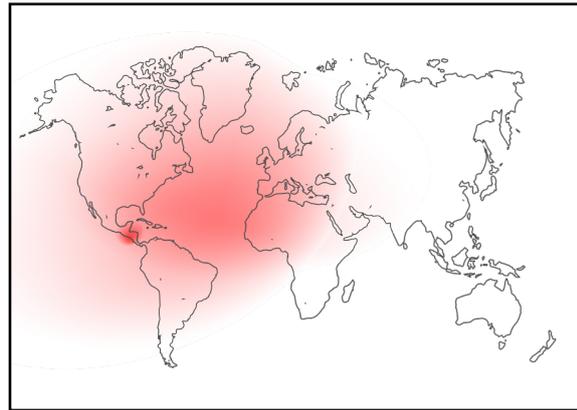
Da dove vengono le t-shirt? Come arrivano nei mercati dell'usato in Messico? E qual è la loro relazione con l'attuale sistema economico? Queste sono le domande che hanno portato Pia Camil alla concezione dell'installazione Division Pirata (Amarillo).

Per l'occasione, l'artista latino-americana ha selezionato diverse magliette tra i mercati di seconda mano, andando a controllarne le etichette, per assicurarsi di scegliere capi prodotti in America Latina.

Nella maggior parte dei casi, si tratta di produzioni in fabbriche che non prestano attenzione alla tutela dei lavoratori.

La Camil ha scucito i capi per poterli rammentare insieme e trasformarli in un manifesto di denuncia al consumo di massa e al capitalismo, evidenziando le conseguenze negative di una moda usa e getta.

La scelta di indumenti di seconda mano è voluta: gli abiti usati raccontano la storia di chi li ha prodotti e di chi li ha indossati, acquisendo un effettivo valore narrativo.



KIND OF FABRIC RECOVERED

T-shirt made in America Latina, acquistate nei mercati dell'usato di Las Torres e Iztapalapa.

KEYWORDS

#art #storytelling #waste #memory

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



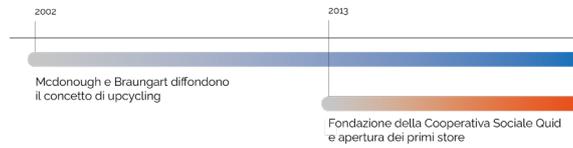
EDUCATIONAL IMPACT



PROGETTO QUID



TIMELINE



Progetto Quid è un brand di moda etica e sostenibile, che crea capi di abbigliamento e accessori in edizione limitata.

Le collezioni sono realizzate a partire da eccedenze di tessuti messe a disposizione dalle più prestigiose aziende di moda e del settore tessile. Alcuni dei partner donano il tessuto in eccesso che non sono in grado di utilizzare, altri vendono il loro surplus a un prezzo simbolico. I fornitori di tessuto coinvolti nel progetto sono più di 42 e, dal 2013, anno di avvio, sono 855 i chilometri di tessuto recuperato. Progetto Quid oltre ad essere un brand, è una cooperativa sociale. Ogni capo prodotto è frutto del lavoro di persone con trascorsi di fragilità, che trovano in Quid un'occasione di riscatto.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti deadstock di altissimo pregio.

KEYWORDS

#resource #deadstock #brand

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT

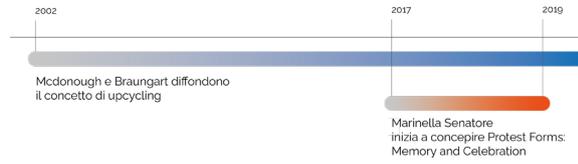


PROTEST FORMS



Protest Forms: Memory and Celebration esplora le forme sfaccettate e le ricche eredità della protesta in diversi paesi. Marinella Senatore conferma il suo interesse a lungo termine per il ruolo che la gente e le arti giocano nella creazione di comunità temporanee unite nel dimostrare resistenza. L'artista riprende la tradizione degli standardi e dei gonfaloni tipica dell'Italia meridionale e la mescola alla tradizione dei grandi manifesti tessili del movimento operaio. Il tessuto è scelto, in quanto strumento capace di essere un simbolo di riconoscimento identitario, a prescindere dalla geografia, dal periodo storico o l'istanza sociale.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti teatrali, gonfaloni e standardi ricamati.

KEYWORDS

#storytelling #art #memory

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



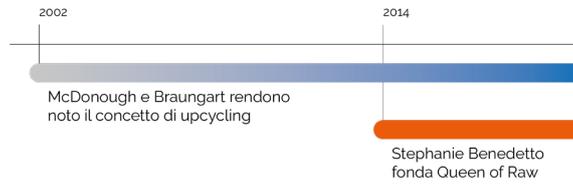
EDUCATIONAL IMPACT



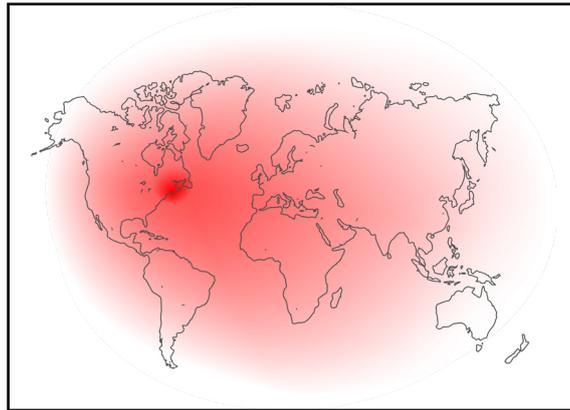
QUEEN OF RAW



TIMELINE



Sebbene alcuni produttori stiano intraprendendo passi innovativi verso la sostenibilità, i rifiuti sono ancora un enorme problema all'interno dell'industria tessile. Per ovviare all'incenerimento o alla dismissione in discarica dei capi, nel 2014, S. Benedetto fonda Queen of Raw, una startup, con sede a New York, che si propone di rivendere tutti gli scampoli di tessuto inutilizzato che, fino a qualche anno fa, giacevano nei magazzini delle grandi maison senza un progetto di recupero. La pratica dell'acquisto degli scampoli di alta moda era prima ad appannaggio esclusivo dei piccoli designer emergenti che, grazie ai loro contatti, riuscivano ad accedere a queste eccedenze di produzione per acquistare degli ottimi prodotti a prezzi assolutamente accessibili. Grazie a questo marketplace chiunque potrà fare la medesima cosa e riutilizzare ciò che altrimenti andrebbe sprecato. Questa scelta, importante sotto il profilo ambientale, rivoluziona il sistema economico; le grandi case di moda, si sono rese conto dei reali quantitativi di invenduto che avevano nei loro stock e del valore effettivo di questa eccedenza ed hanno dunque compreso la necessità di adottare una visione della moda più circolare.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti deadstock di altissimo pregio.

KEYWORDS

#resource #marketplace
#deadstock

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



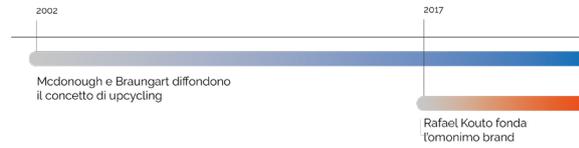
EDUCATIONAL IMPACT



RAFAEL KOUTO



TIMELINE



Nel 2019, Lottozero lancia "Make it here", una residenza dedicata a designer indipendenti di moda sostenibile: viene offerta ai designer la possibilità di accedere al distretto tessile di Prato, e di immergersi nella conoscenza dei processi produttivi, spesso ignorati in fase di progettazione.

È durante questa esperienza che Rafael Kouto, fondatore dell'omonimo brand, intravede il potenziale creativo degli scarti: raccoglie una varietà di materiali provenienti da diverse fasi di lavorazione (errori di finitura, prove di tintura, campioni...), smonta i capi difettosi e li analizza, li drappeggia a manichino e infine li riassume. crea così la sua filosofia basata esclusivamente sulla tecnica dell'upcycling pre e post-consumo per creare nuovi vestiti e accessori. Il risultato sono articoli unici e di alta qualità rifiniti con tecniche tradizionali e artigianali.

Rafael Kouto è un marchio che mira a far avanzare l'industria tessile verso un maggiore impatto nella sostenibilità ambientale, aumentare l'accesso a una moda di alta qualità, creativa e conveniente che si distingue dall'offerta del mercato di massa e che colpisce lo zeitgeist.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Materiali di scarto della produzione tessile e dell'industria della moda.

KEYWORDS

#resource #brand #waste
#sustainability #scraps

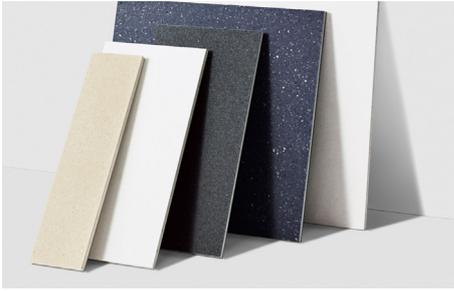
ENVIRONMENTAL RELEVANCE



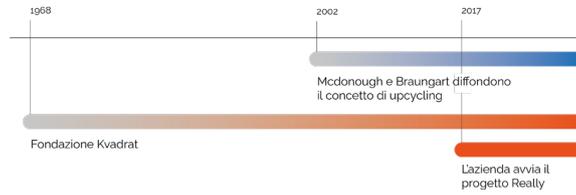
EDUCATIONAL IMPACT



REALLY - KVADRAT

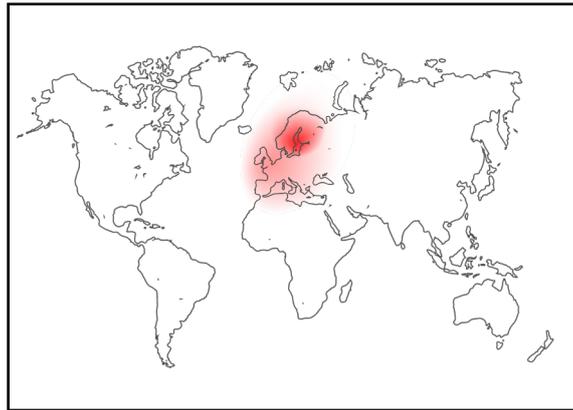


TIMELINE



Prodotti in Danimarca, i materiali realizzati da Really esplicitano come la nozione di "rifiuto" sia, di per sé, uno spreco.

Attualmente solo il 25% del 95% dei tessuti che possono essere riciclati lo sono effettivamente e Really si propone di trovare una soluzione: trasforma i tessuti a fine vita in un materiale nuovo, che può essere riciclato più e più volte. L'output finale è molto simile all'MDF, fatta eccezione per legno e truciolo, sostituiti dai rifiuti tessili, sminuzzati e miscelati con la colla per formare una tavola rigida. L'effetto tattile è molto gradevole e ricorda ancora bene il materiale tessile con cui è prodotto.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Rifiuti tessili, sminuzzati e miscelati con la colla.

KEYWORDS

#resource #waste #design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT

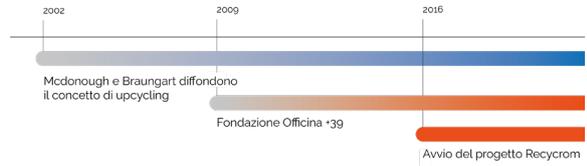


RECYCROM



Recycrom è un progetto a cura dell'azienda tessile italiana, Officina +39. Si propone di creare una gamma completa di pigmenti in polvere, utilizzando fibre tessili ottenute da indumenti usati e scarti di produzione. Attraverso un sofisticato processo di lavorazione che utilizza solo prodotti chimici naturali, le fibre dei tessuti vengono cristallizzate in una polvere incredibilmente fine che può essere utilizzata come pigmento per tessuti e indumenti in cotone, lana, nylon o qualsiasi fibra naturale e mista. I metodi di applicazione per i pigmenti così prodotti sono molti. A differenza di altri coloranti, Recycrom viene applicato come sospensione e non come parte di una soluzione chimica. È quindi facilmente filtrabile dall'acqua, riducendo sia i costi che l'impatto ambientale.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Indumenti usati e scarti di produzione tessile.

KEYWORDS

#resource #yarn #waste

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



REKOTEX

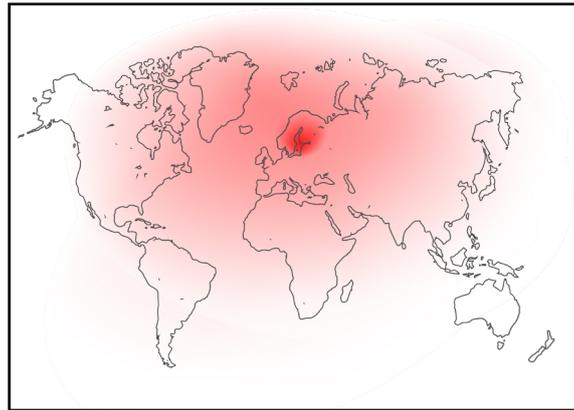
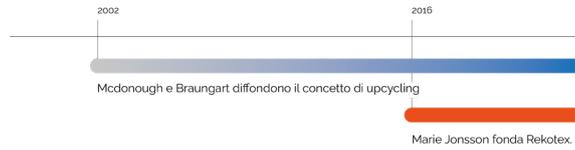


Rekotex è una realtà cooperativa europea, con sede in Svezia, che offre la possibilità di acquistare o vendere tessuti in eccedenza dalla produzione tessile di brand, che si distinguono per le loro pratiche responsabili e per il ridotto impatto sull'ambiente. Questo sistema contribuisce alla sostenibilità nell'industria tessile. L'obiettivo atteso è la creazione di un flusso circolare efficace, in cui le risorse tessili sono gestite in modo funzionale e responsabile.

"Il mio obiettivo è che le aziende di moda controllino cosa hanno in magazzino gli altri produttori di abbigliamento, prima di ordinare dai produttori di tessuti".

- Marie Jonsson, fondatrice di Rekotex.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti deadstock di alta qualità di marchi leader che possono essere venduti in quantità minori con una consegna rapida.

KEYWORDS

#resource #deadstock
#marketplace

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



REMEMBERME CHAIR

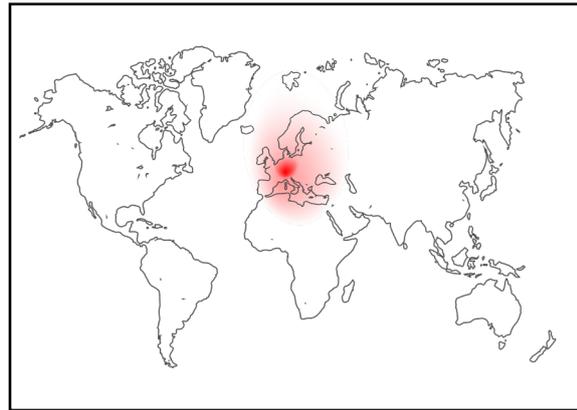


REMEMBERME CHAIR è un progetto a cura di Studio Nito per "incapsulare" nel tempo le storie che gli indumenti sono in grado di trattenere.

Dal momento che i vestiti tramandano i ricordi, si sceglie di raccogliarli - in particolare dai centri di riciclo italiani, ormai saturi - prima che vengano gettati in discarica e di pressarli in uno stampo a forma di sedia, con l'aggiunta di un agente legante. Si ottengono così sedie dal carattere unico.

La produzione è in piccola scala e l'output finale è imprevedibile: ogni operaio ha sviluppato un metodo personale per il posizionamento dei capi all'interno della pressa. Talvolta il tocco è talmente distinguibile da aggiungere un altro layer di racconto all'oggetto.

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Rifiuti tessili recuperati dai centri di riciclo in Italia.

KEYWORDS

#resource #yarn #waste #design
#waste #memory

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



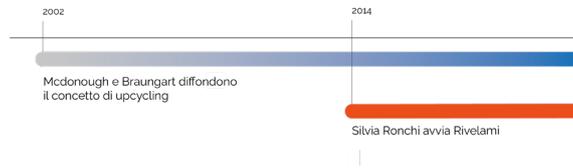
RIVELAMI



Rivelami nasce nel 2014 sulle sponde del lago di Como, da un'idea di Silvia Ronchi, che ha unito la sua passione per la vela e le sue competenze tecniche di architetto e designer, per la creazione di un vero e proprio brand innovativo, con la collaborazione del velaio Dario Nosedà.

Il brand conta una produzione di oltre 10.000 pezzi, tutti realizzati artigianalmente e utilizzando principalmente le tecniche e i materiali utilizzati nel settore velistico. Le vele recuperate, prima di poter essere riutilizzate, vengono sottoposte a un procedimento di refitting per separarne e smaltirne gli elementi plastici e metallici. Vengono lavate utilizzando speciali detergenti biodegradabili studiati apposta per le vele, e poi lavorate utilizzando specifici materiali del settore velistico, per essere sicuri di realizzare un prodotto duraturo, affidabile e resistente. Solo così, è possibile dare lunga vita alla "seconda vita".

TIMELINE



KIND OF FABRIC RECOVERED

Vecchie vele dismesse dal settore nautico.

KEYWORDS

#design #brand

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



SHOWTEX



TIMELINE



Showtex è un'azienda che si occupa di tessuto per il mondo degli eventi e del teatro. Lavorare in questo settore comporta la produzione di molti scarti. Per questo motivo, nasce Showtex Upcycling Project, per gestire il proprio materiale di scarto secondo i principi di riduzione, riutilizzo e riciclaggio. In collaborazione con il Centre for Heritage Arts & Textile, sono stati ideati progetti comunitari che aiutassero alcuni cittadini a diventare più imprenditoriali e a padroneggiare nuove abilità, per migliorare le loro vite a Hong Kong e all'estero.

I materiali donati da ShowTex sono stati utilizzati per creare souvenir colorati e molti altri oggetti che consentono alle persone coinvolte di condividere le loro preziose abilità con la comunità di Hong Kong. Grazie a questo programma, più di 1500 mq di tessuti ShowTex sono già stati recuperati. Inoltre, in collaborazione con l'artista Christy Chow e con l'Hong Kong Human Rights Arts Prize è stata realizzata un'installazione artistica con articoli prodotti localmente, realizzati con materiali riciclati e avanzi di tessuto.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Scarti tessili e materiali in esubero provenienti dal settore degli eventi e del teatro.

KEYWORDS

#waste #resource

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



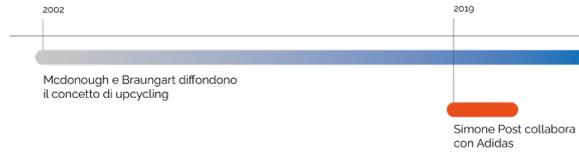
EDUCATIONAL IMPACT



SIMONE POST

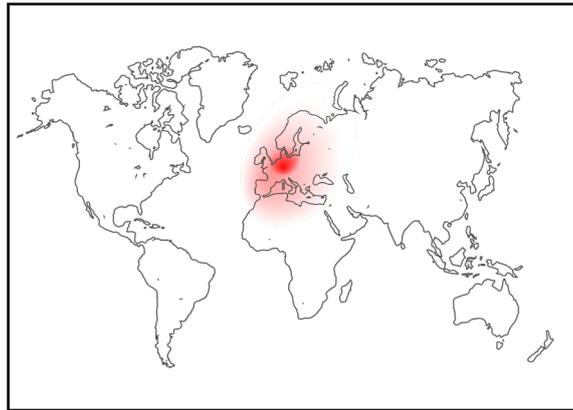


TIMELINE



Uno dei progetti di recupero di Simone Post attira l'attenzione di Adidas, che invita l'artista a produrre dei tappeti realizzati con tessuti di scarto per i suoi stores. Post consiglia al brand di partire dai rifiuti prodotti da Adidas: nasce così l'idea di recuperare le vecchie scarpe da ginnastica. Queste sono difficili da smaltire: la varietà di materiali che le compongono - stoffa, metallo, plastica,... - e le giunture resistenti tra le varie componenti non sono progettate per il riciclo.

I:CO, con cui l'artista ha collaborato per il progetto, ha sviluppato un metodo per sminuzzare le sneakers. Dopo una raccolta dei frammenti in categorie, chiari e scuri, e l'aggiunta di un 15% di materiale vergine, si passa alla composizione dei pattern e alla pressa, con un esito finale vibrante.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Scarpe da ginnastica Adidas trasformate in tappeti per i loro stores.

KEYWORDS

#waste #art #rugs #design

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



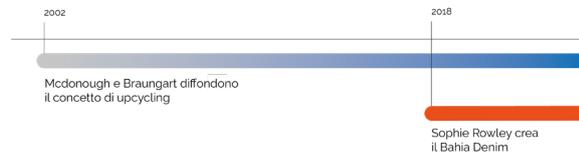
EDUCATIONAL IMPACT



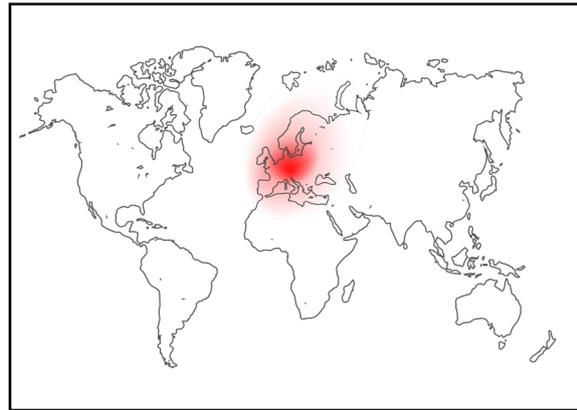
SOPHIE ROWLEY



TIMELINE



Vivere in una delle città più costose del mondo, porta la designer Sophie Rowley a doversi ingegnare per la selezione di materiali di lavoro economici. Ciò la porta a lavorare con diverse tipologie di rifiuti, fino a che non decide di focalizzarsi sull'utilizzo del denim. Il materiale di partenza viene raccolto personalmente dalla progettista nei centri di riciclo in Germania, preservandolo dalla discarica. Successivamente, si procede con la sovrapposizione manuale degli strati e la colatura della resina. Attraverso processi di formatura o di pressa idraulica, si ottiene il Bahia Denim, un materiale innovativo che nell'aspetto ricorda molto il marmo, utilizzato per la realizzazione di mobili e piastrelle.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Denim recuperato nei centri di riciclaggio in Germania.

KEYWORDS

#design #denim #waste

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



THE NEW DENIM PROJECT



TIMELINE

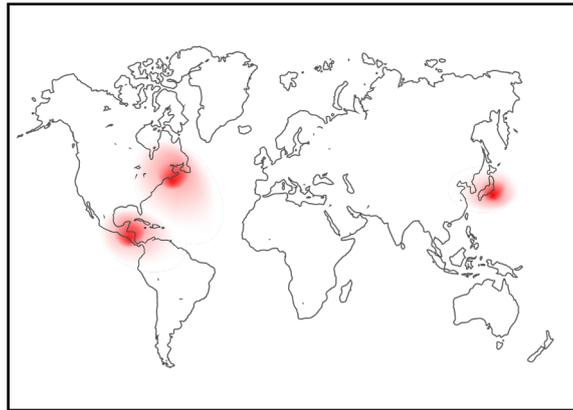


IRIS TEXTILES è la compagnia che ha ideato THE NEW DENIM PROJECT, un sistema a circuito chiuso, capace di trasformare i rifiuti tessili in filato.

Il processo di manifattura è privo di sostanze chimiche e di tinture e si preoccupa di utilizzare il minor quantitativo possibile di acqua ed energia. I filati ottenuti sono 100% naturali e biodegradabili.

Questo processo fa in modo che per ogni chilogrammo di rifiuti tessili prodotto si possano risparmiare 20.000 litri d'acqua. Inoltre, per ogni tonnellata di tessuto recuperato si previene l'emissione nell'atmosfera di circa 20 tonnellate di CO2.

I pochissimi rifiuti generati vengono poi donati ai COFFEE-GROWERS affinché vengano utilizzati come concime per le piantagioni di una particolare qualità di caffè in Guatemala.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Cotone, denim e altri fibre di scarto pre-consumo trasformati in filati per tessuti semplici o a maglia.

KEYWORDS

#resource #waste #yarn
#sustainability #denim

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



TOMBA DI BAMBINO A GOTTWEIG



TIMELINE



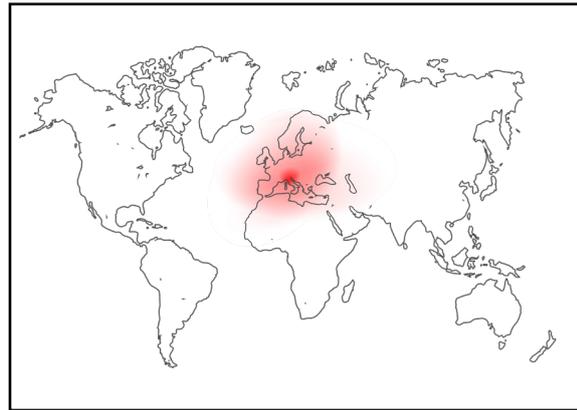
Un reperto tessile trovato in una sepoltura di bambino di epoca romana a Furth/Göttweig in Austria, datata al IV secolo d.C., mostra un'interessante testimonianza di upcycling tessile.

L'analisi microscopica della tomba ha dimostrato come un braccialetto in tessuto, indossato dal defunto, non fosse altro che una sezione di una vecchia tunica.

Alcuni studi archeologici stanno cercando di fare luce sulle pratiche di riciclo e riuso adoperate già durante la Preistoria.

Spesso ci si chiede se, avendo a disposizione quasi esclusivamente fonti rinvenute nelle sepolture, queste attività fossero legate esclusivamente alla preparazione dei corredi funebri o se invece facessero parte della routine di tutti i giorni.

Il reperto di Göttweig è importante perché, consapevoli della funzione quotidiana della tunica, si avvalorano le tesi che il recupero tessile sia una pratica radicata nella storia della civiltà.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Una tunica di epoca romana resa un braccialetto, rinvenuto in una tomba funebre in Austria.

KEYWORDS

#history

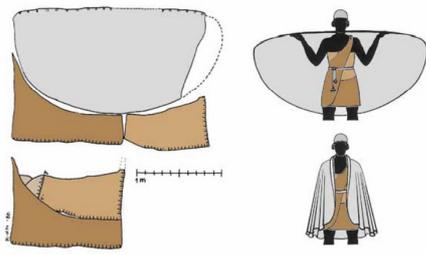
ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



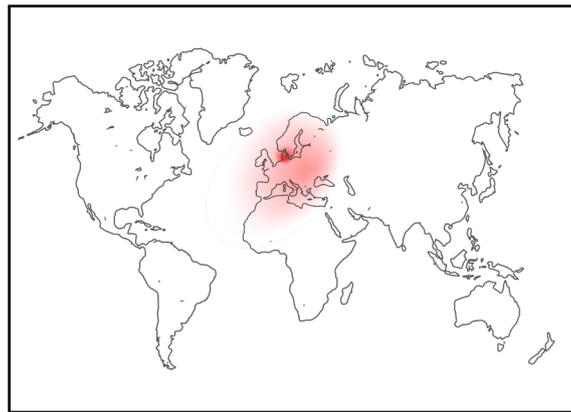
TOMBE DELL'ETÀ DEL BRONZO



TIMELINE



L'analisi dei reperti rinvenuti nelle tombe dell'età del bronzo in Danimarca, nello Jutland peninsulare, dal XIV al XII secolo a.C. ha consentito la scoperta di pratiche di riuso del tessuto già in epoca preistorica. Si è notato come l'ingobro degli indumenti maschili provenisse dal taglio di un pezzo di stoffa più esteso, le cui dimensioni coincidono con quelle delle lenzuola ritrovate nei corredi femminili.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Pezzi di stoffa utilizzati dalle donne vengono trasformati in più capi per l'abbigliamento maschile in epoca preistorica.

KEYWORDS

#history

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



TUNICA DI BERNUTHSFELD



TIMELINE



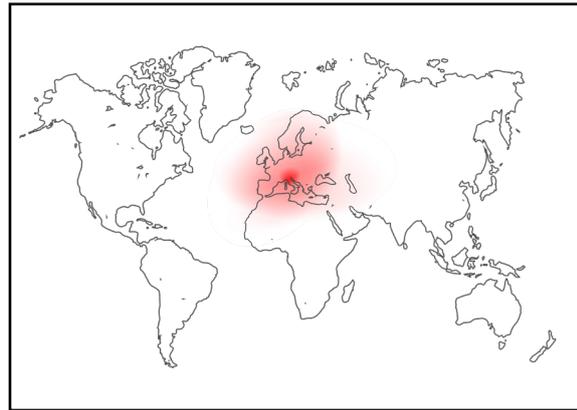
La tunica di Bernuthsfeld è un reperto funebre risalente al periodo altomedioevale.

Il ritrovamento è costituito da un patchwork di diverse tipologie e qualità di tessitura, dalle grossolane alle più fini, includendo intrecci semplici e twill più elaborati (a zigzag o a losanghe).

Un numero totale di 45 patch sono stati cuciti insieme.

Un esempio similare di patchwork si può ritrovare sul mantello del Damendorf Man, datato al 135-335 d.C. .

L'indumento è stato realizzato principalmente in twill diamantato. In tutto 11 patch in varie dimensioni, la più piccola misura 2x2 cm, la più grande 11x25 cm.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Patch di tessuti di diversa natura, cuciti insieme per produrre capi d'abbigliamento nell'Alto Medioevo.

KEYWORDS

#history

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



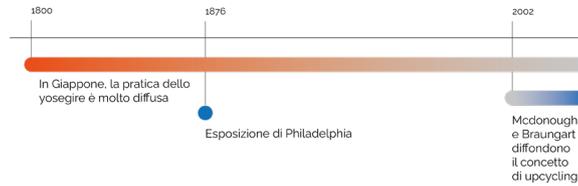
EDUCATIONAL IMPACT



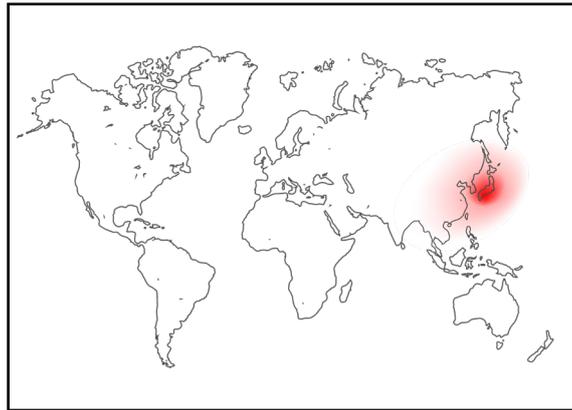
YOSEGIRE



TIMELINE



Il patchwork, nella tradizione giapponese, aveva una valenza religiosa. Nello Shintoismo tutte le cose, sia animate che inanimate, possedevano uno spirito. Il tessuto non era esente. Nell'antico Giappone, il tessuto, bene che tendeva a scarseggiare, era così venerato e prezioso che veniva spesso usato come moneta. Nel XVII secolo, una legge vietava di indossare "tessuti di lusso" ai cittadini, i quali aggiravano la cosa indossando abiti semplici e opachi sopra i loro abiti patchwork yosegire più elaborati. Yosegire significa "mettere insieme" e nasce dalla necessità di prolungare la vita del tessuto. In occasione dell'Esposizione del Centenario di Filadelfia nel 1876, gli americani entrarono in contatto con l'arte e l'artigianato giapponese. Tra gli artefatti c'era anche un paravento composto da oltre 600 pezzi di seta e broccato, assemblati insieme con la tecnica Yosegire che, insieme ad altri oggetti nello stesso stile, ottenne un grande successo.



KIND OF FABRIC RECOVERED

Tessuti pregiati, tra cui la seta e il broccato.

KEYWORDS

#tradition #scraps #culture
#need #history

ENVIRONMENTAL RELEVANCE



EDUCATIONAL IMPACT



ANALISI DEI DATI RACCOLTI

Al termine della fase di schedatura dei casi studio, si è proceduto all'analisi delle informazioni raccolte. In particolare, il lavoro si è concentrato sulla creazione di un file Excel che fungesse da database. Le due variabili considerate, entrambe organizzate secondo ordine alfabetico, sono state i casi studio, distribuiti in verticale, e le parole chiave, in orizzontale.

Una volta compilato, il database ha reso possibile una migliore comprensione dei dati, indicando gli ambiti più ricorrenti e i punti in comune tra i diversi esempi.

Le parole più gettonate in assoluto sono state a pari merito, #waste e #brand, registrando una frequenza di 15 su 52 casi. Infatti, in linea generale, una maggiore apprensione per la crisi climatica e per la sovrapproduzione di rifiuti, ha portato allo sviluppo delle potenzialità di questa "materia prima", molto spesso anche grazie al lavoro di brand, più o meno noti. Si ritrovano aziende nate con un'idea di business che includesse l'upcycling e altre che, invece, hanno adottato questa metodologia solo in un secondo momento.

Le parole chiave che seguono, per ordine di frequenza, sono #history, dal momento che molti esempi si legano a particolari vicende avvenute nel corso della storia, e #design, prendendo in esame il peso della progettazione e il perfetto connubio tra funzionalità ed originalità.

Volendo approfondire singolarmente ogni keyword, l'analisi è proseguita tramite l'ideazione di nuove schede di confronto, dove sono stati indicati la distribuzione sul territorio e nel tempo, in modo da ottenere una visione d'insieme della categoria, utile al fine di osservazioni e confronti, specifici per ogni contesto.

Keywords utilizzate, in ordine alfabetico

ABSTRACTISM
AFFECTION
ART
BRAND
COUTURE
CULTURE
DEADSTOCK
DENIM
DESIGN
FEMINISM
GIFT
HISTORY

MARKETPLACE
MEMORY
NEED
RESOURCE
RUGS
SUSTAINABILITY
SCRAPS
STORYTELLING
TRADITION
WASTE
YARN

ABSTRACTISM



ABSTRACTISM

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Sotto questa keyword rientrano casi studio accomunati da una peculiarità visiva percepibile e un'affinità alla pittura astratta dei primi anni del XX secolo.

Ci sono esempi in America, in Europa e in Asia, i quali attestano una componente comune ripetuta nell'upcycling tessile. Inoltre, osservando la timeline sulla destra, si può osservare come si protragga nel tempo, partendo come pratica di sussistenza, per poi arrivare a contaminare il mondo dell'arte e dell'esibizione museale e dell'arredamento.



GEE'S BEND



PAUL KLEE



JOGAKBO



AFFECTION



AFFECTION

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Questa parola chiave raggruppa tre casi studio differenti tra loro per applicazione, ma anche per come l'affetto viene concepito.

Nel caso di Diane Savona si tratta di un sentimento di origine ed appartenenza che si riversa nella sua ricerca artistica, mentre per il brand From Somewhere di Orsola di Castro si intende un amore per i propri capi tanto forte da invogliare ad una manutenzione costante e al recupero. Per quanto riguarda la pratica del Kaudi in India, si ritiene che l'utilizzo di tessuti appartenuti ai defunti familiari possa proteggere il loro ricordo e tenere in vita il legame con loro instaurato.

Ogni declinazione funge da testimonianza di come la stoffa sia molto di più di un semplice oggetto e di quanto costituisca un elemento significativo all'interno della vita dell'uomo.



ART



ART

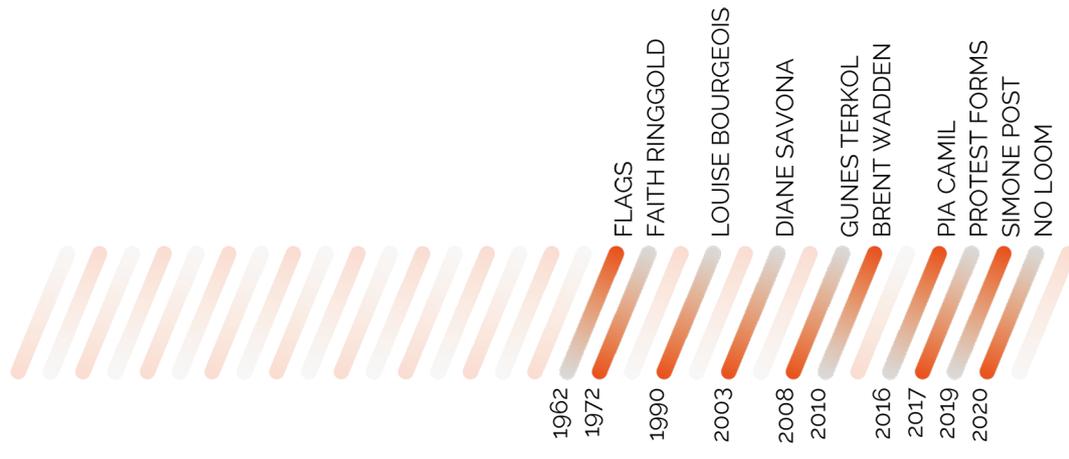
OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Il mondo dell'arte tessile racchiude una moltitudine di esempi, ma sono stati selezionati quelli dove emerge una particolare attenzione da parte dell'artista per la scelta di materie prime recuperate.

Nella maggior parte dei casi, questa scelta viene fatta per riconoscere alla stoffa la sua valenza narrativa, come ad esempio per le sculture di Louise Bourgeois, i lavori di Diane Savona e le installazioni di Pia Camil.

Altre volte, il tessuto è il mezzo attraverso il quale dare vita ai propri messaggi o plasmare composizioni degne di nota.

Non è da sottovalutare anche la rilevanza ambientale ed educativa di questa scelta che è una vera e propria presa di posizione da parte dell'artista.



CULTURE



CULTURE

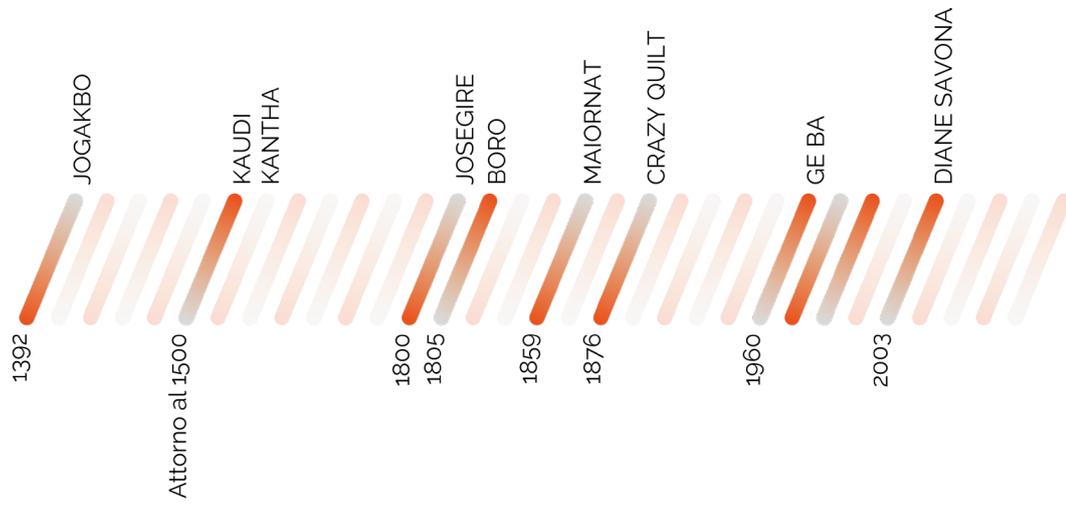
OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Sotto questa categorizzazione rientrano principalmente casi studio geograficamente collocati nel continente asiatico, dove interi gruppi di persone hanno tramandato per lungo tempo queste pratiche artigianali, che in alcuni casi ancora vengono impiegate.

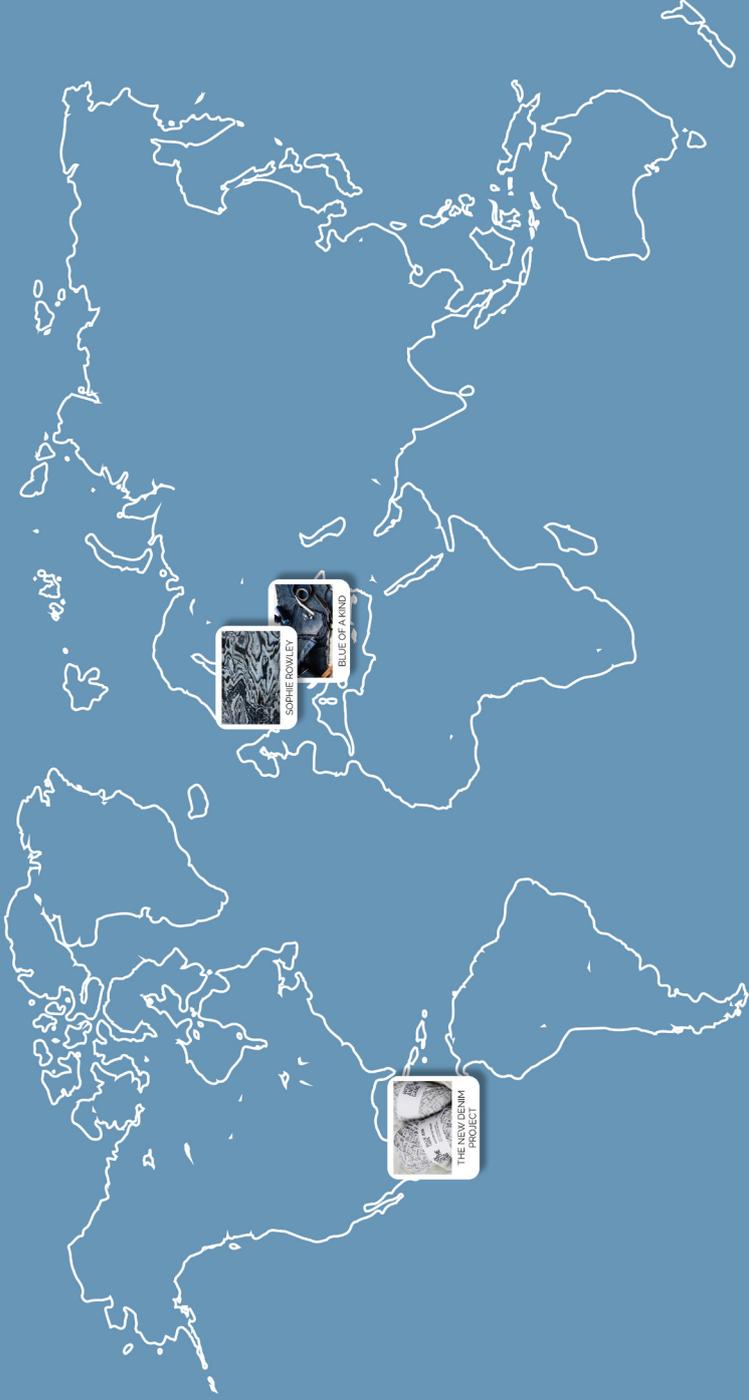
In Europa, invece, ritroviamo le applicazioni tessili che la Chiesa ha dato alle donazioni di famiglie reali e nobili. Poi, le Crazy Quilts, probabilmente introdotte su imitazione del modello giapponese, si svilupparono come passatempo della borghesia.

Infine, un esempio più recente è dato da Diane Savona che, con le sue opere d'arte, mantiene in vita il ricordo della cultura della gente che dall'Europa dell'Est è immigrata in Inghilterra.

Nel complesso, considerando il legame con la vita materiale, sociale e spirituale di un popolo o di un gruppo etnico, in relazione ai diversi periodi storici o alle condizioni esistenti, si può cogliere il valore antropologico dell'upcycling, spesso trascurato.



DENIM



DENIM

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

In questo studio, il denim recuperato trova tre diversi impieghi. Blue of a kind si occupa di scucire gli indumenti e ricomporli con nuovi modelli, per allungarne la vita e adattarli al contesto odierno.

Sophie Rowley, invece, ha brevettato un sistema tale per cui stratificando denim recuperato in discarica con l'aggiunta di resina, si può ottenere un materiale edile dall'effetto marmorizzato.

Infine, The New Denim Project rigenera i rifiuti tessili e li lavora in maniera tale da poter ottenere un nuovo filato primo. La produzione è controllata e sostenibile. Gli scarti di lavorazioni diventano concime per le piantagioni di caffè in Guatemala.

Tutto ciò è reso possibile dalla versatilità e della resistenza del materiale di partenza che può essere rielaborato molteplici volte prima di finire in discarica. Inoltre, a differenza di altre tipologie di tessuti, esso può essere trovato ovunque.



FEMINISM



FEMINISM

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Il mondo tessile ha sempre avuto un'accezione un po' femminile, dovuta alla maggioranza di donne lavoratrici in questo settore.

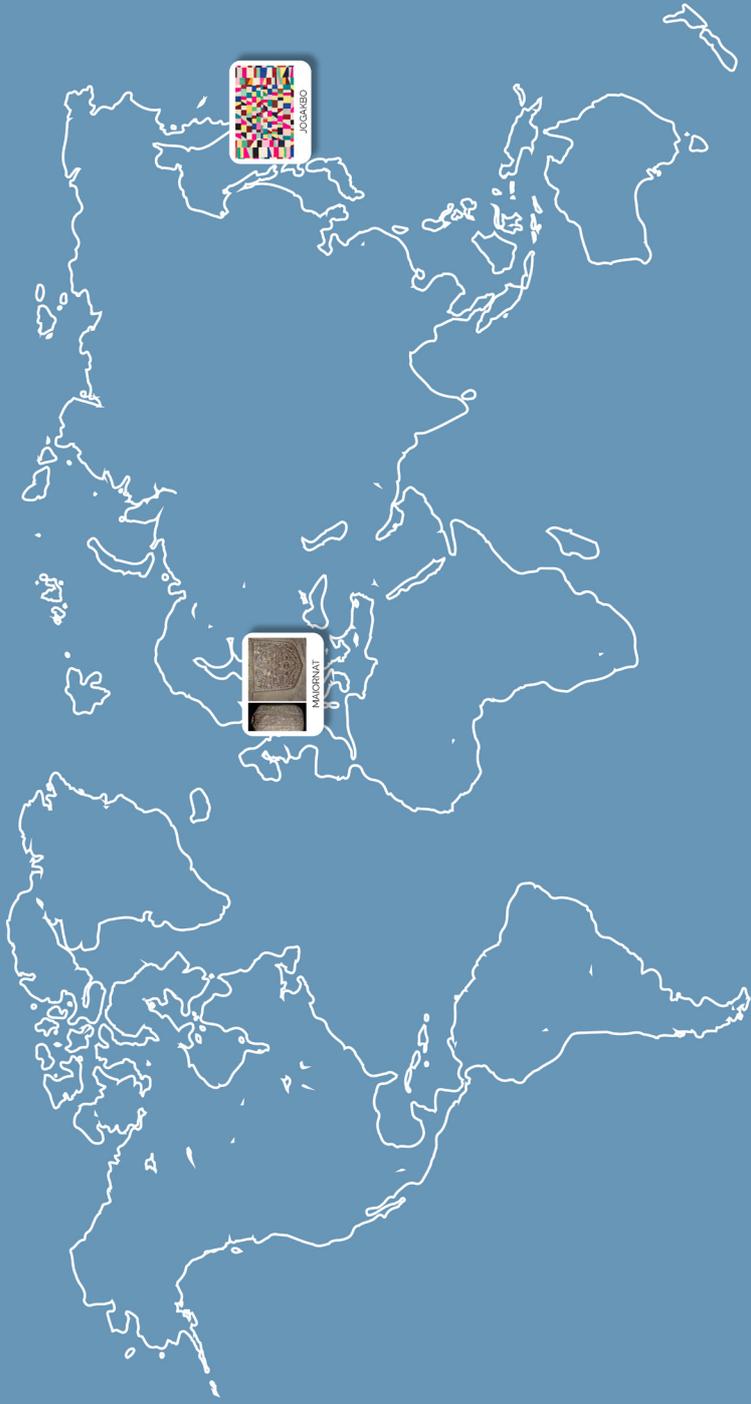
Come riportato nella prima sezione di questo lavoro di ricerca, l'80% degli operai tessili sono giovani donne in condizioni di sfruttamento. Il movimento femminista si presta a riconoscere i diritti mancati alle donne e alcuni casi studio ben si prestano a questa causa.

Faith Ringgold è sempre stata molto vicina al movimento, riportando messaggi femministi nelle sue opere, così come ha fatto poi Gunes Terkol. L'approccio della Ringgold all'arte tessile è dovuto proprio al voler affermare la sua indipendenza dal marito e dagli uomini: lavorando su un supporto leggero aveva la possibilità di spostarsi in tutta autonomia e trasportare le opere senza nessun aiuto.

Diversamente, la mostra Flags riporta in luce una protesta di operaie tessili avvenuta nel passato e la bandiera realizzata per l'occasione che riportava i nomi delle donne coinvolte nella lotta.



GIFT



GIFT

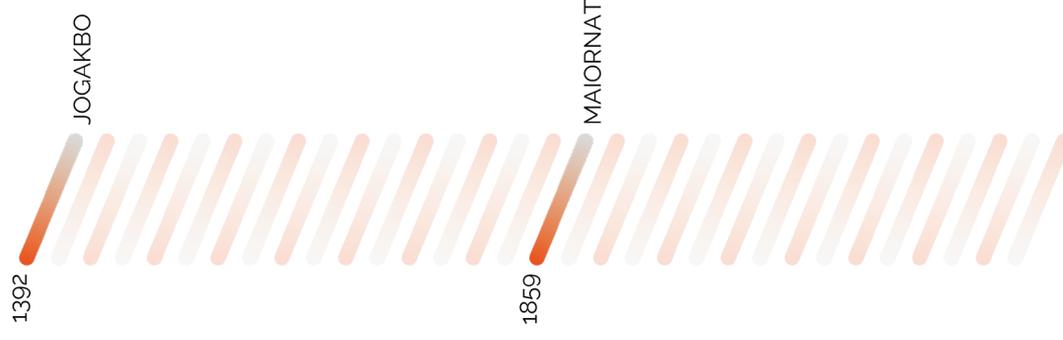
OSSERVAZIONI E CONFRONTI

L'upcycling tessile si interfaccia anche al concetto di regalo con due casistiche molto differenti, l'una dall'altra.

In Europa, troviamo il caso di donazioni da parte di famiglie nobiliari e reali alla Chiesa di abiti e tessuti pregiati, dai quali si ottenevano talari ed altri indumenti per i preti.

In Corea, invece, le composizioni ottenute dall'assemblaggio degli scarti di stoffa, a differenza degli jogakbo più pregiati, realizzati in seta e raso, utilizzate come materiale d'imballaggio o con umili applicazioni nel quotidiano, sono comunque state impiegate come incarto per i doni preziosi, con la valenza di simbolo di rispetto e buon auspicio.

Nelle molteplici sfaccettature che l'upcycling assume, si può osservare come la stoffa avesse una sua ritualità e un significativo valore sociale ed economico nella vita della gente.



HISTORY



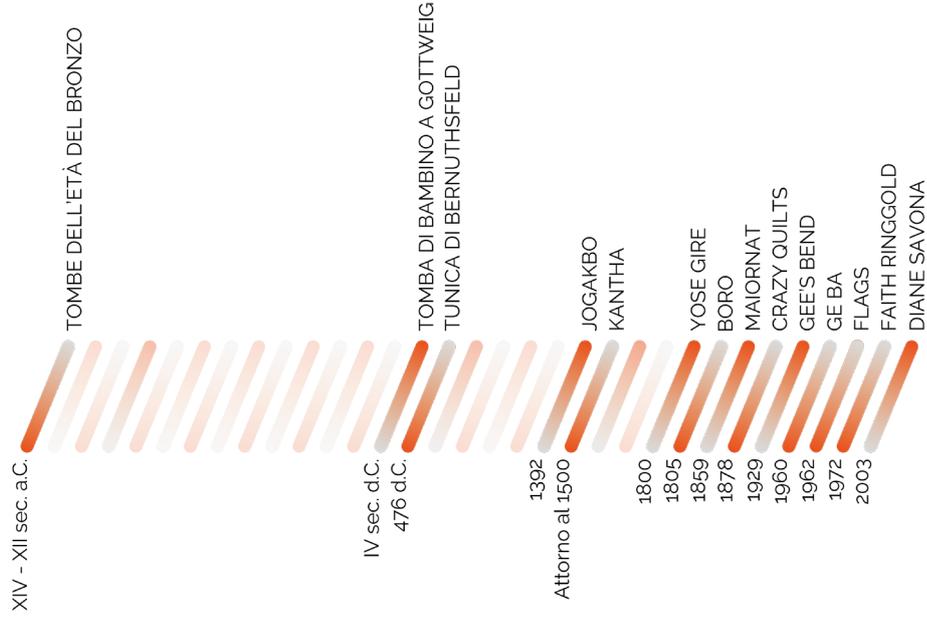
HISTORY

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Spesso, nell'opinione pubblica, ciò che concerne la moda e l'abbigliamento viene considerato frivolo e superficiale, dimenticando la valenza della storia: l'abbigliamento è lo specchio della società e la stratificazione dei cambiamenti avvenuti nel tempo può essere letta tramite l'evoluzione dei capi.

La componente storica è importante per l'upcycling. Infatti, i casi studio che rientrano in questa categoria sono segnati da particolari eventi e vicende avvenuti nella storia. Oppure, si tratta di episodi che attestano la presenza dell'upcycling in contesti tanto lontani nel tempo da poter essere dimostrati solo tramite l'impiego di fonti certe e della verifica di figure professionali specializzate.

Ragionando in ordine cronologico, la più antica attestazione della presenza di upcycling risale all'età del bronzo. Si può, dunque, confermare che questa pratica è sempre stata parte del quotidiano, fin dalle origini della civiltà, trovando applicazione tra l'Oriente e l'Occidente indistintamente.



MARKETPLACE



MARKETPLACE

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

L'upcycling tessile da vita ad opportunità economiche degne di nota, come nel caso dei marketplace citati. Si tratta di aziende capaci di restituire il loro reale valore commerciale ad un numero ingente di scarti di lavorazione e materiali di magazzino.

Occupandosi di raccogliere, smistare e catalogare queste risorse, è stato possibile gettare le basi per piattaforme che non incidono sulle condizioni gravose dell'industria tessile, generando un guadagno su ciò che era sempre stato considerato invendibile.

Va anche ricordato che, in precedenza, per motivi di proprietà intellettuale e volendo evitare problemi di contraffazione, molti brand erano tenuti a bruciare il loro invenduto, mentre, in questo modo, è possibile salvare da questa pratica inaccettabile almeno i capi che non presentano loghi.



MEMORY



MEMORY

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

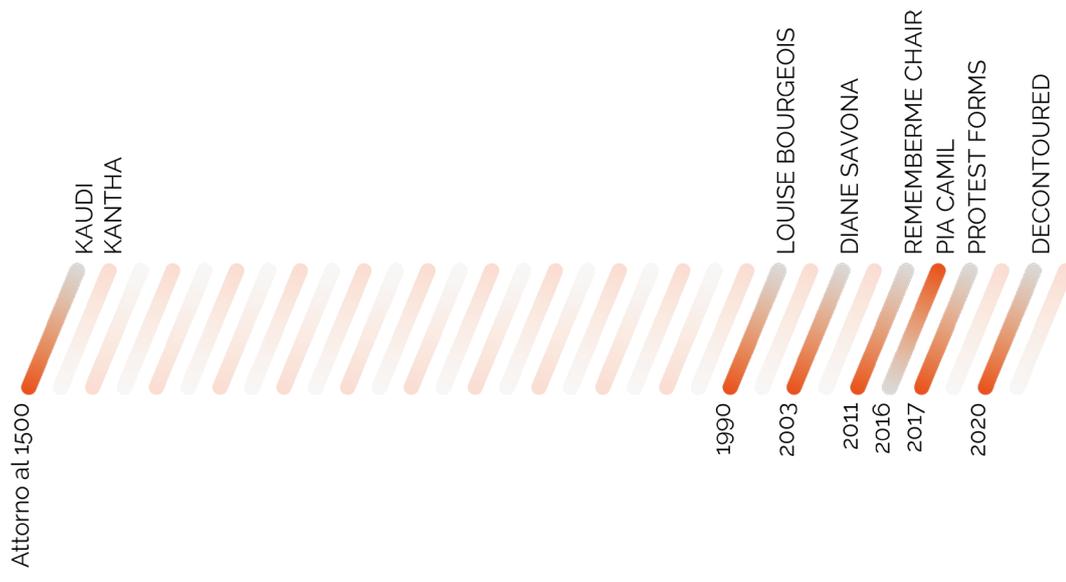
Sotto la parola chiave memoria rientrano i casi studio dove viene riconosciuta al tessuto la capacità di trattenere il ricordo di chi lo ha indossato e dei momenti in cui lo ha vestito.

L'oggetto del ricordo può essere di diverso tipo. Può trattarsi di una cultura in via di declino, dei defunti cari, di una causa sociale sulla quale si vuole riportare l'attenzione.

L'upcycling fa sì che i vecchi indumenti possano essere trasformati in pezzi d'arte, come nel caso delle sculture di Louise Bourgeois, nelle installazioni di Pia Camil e di Marinella Senatore.

In India, diventano coperte, copriletto e parte del corredo domestico.

Un progetto che cattura l'attenzione in questa selezione è sicuramente quello delle sedie Rememberme, nate da un'idea dello Studio Nito, dove i rifiuti tessili diventano la struttura portante dell'oggetto e, allo stesso tempo, una stratificazione di racconti.



NEED



NEED

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

In primo luogo, il riuso creativo ha avuto applicazione in situazioni in cui la materia prima veniva meno, portando alla spingente necessità di restituire il giusto valore a ciò che si possedeva già ed era inutilizzato.

I due casi studio in area giapponese illustrano bene le difficoltà che si avevano nel reperire tessuti, specialmente se pregiati, durante l'Ottocento, quando essi tendevano a scarseggiare e ad essere riservati alla nobiltà.



Dalle condizioni di povertà e crisi economica, nascono anche gli esempi della Gee's Bend e dei tappeti boucherouite.

Questi ultimi si distinguono dagli altri per il modulo più grosso e nodoso e una varietà di colori più brillanti, soprattutto se confrontati con i tessuti Boro, tinti quasi esclusivamente con l'indaco.



RESOURCE



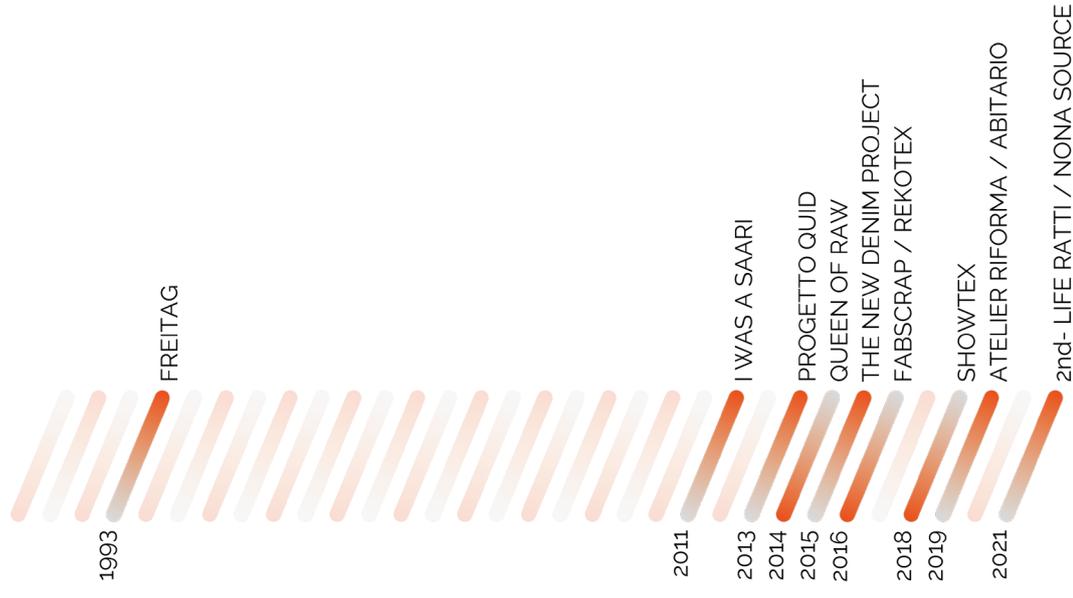
RESOURCE

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

In questa categoria si possono rintracciare diversi progetti nati, specialmente negli ultimi anni, con l'obiettivo di intervenire sull'insostenibile condizione in cui verte l'industria tessile e offrire nuove possibilità. Si tratta di benefici economici, supporti sociali a categorie meno avvantaggiate di lavoratori, riduzione degli impatti ambientali e avvio di attività sostenibili e talvolta anche circolari.

Sebbene la maggior parte dei progetti riportati abbia sede in Europa, c'è una rappresentanza estera. È assai probabile che, durante la fase di ricerca, molte realtà non occidentali non siano state raggiunte, a causa delle lingue utilizzate (inglese ed italiano) e dei criteri impiegati dal motore di ricerca.

Ragionando, invece, sul fattore temporale si può notare come i casi studio si collochino quasi tutti nell'ultimo decennio. Prima di allora, infatti, lo stigma per il mondo del second hand era molto più radicato e la problematica di riferimento meno sentita. Adesso, la situazione sta evolvendo: nell'anno ancora in corso sono già stati avviati due progetti che, per il loro peso all'interno del mondo del tessile, determinano una svolta decisiva a favore dell'upcycling.



RUGS



RUGS

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Un'osservazione interessante può essere fatta su come l'upcycling trovi diverse declinazioni nella realizzazione di tappeti. I tre esempi rintracciati prevedono soluzioni e tecniche di lavorazione molto differenti tra loro: il più antico è quello del boucherouite, realizzato a partire dall'intreccio di stracci coloratissimi.

Nel 2019, invece, dopo molti anni di produzione, lazienda svedese Kasthall decide di avviare un progetto di recupero dei filati deadstock che, se usati singolarmente, non bastano per realizzare un prodotto intero, ma se mixati tra loro, non producono ulteriori scarti, bensì un tappeto dal pregiatissimo effetto visivo.

Nello stesso anno, Simone Post collabora con Adidas, realizzando tappeti per gli store, a partire da un elevatissimo numero di sneakers gettate via e sminuzzate da macchinari appositi.



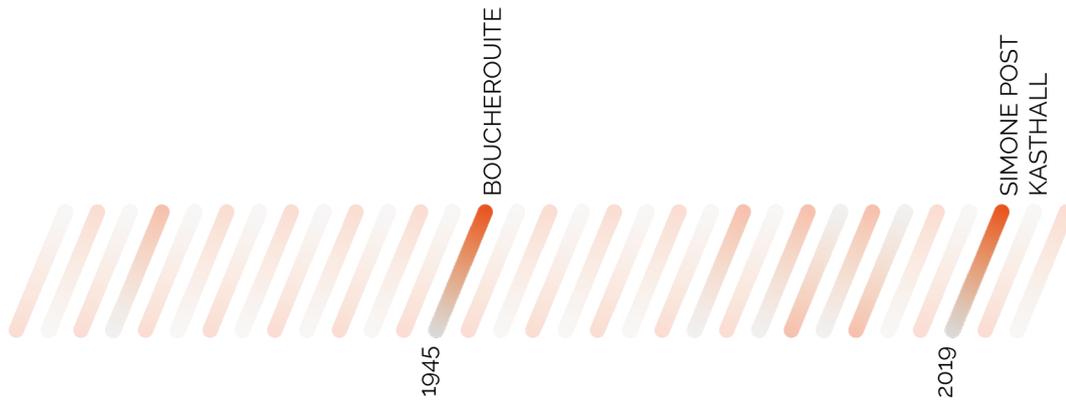
BOUCHEROUITE



KASTHALL



SIMONE POST



SCRAPS



SCRAPS

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Il carattere comune degli esempi sotto questa chiave è la tipologia di moduli dalle forme imprecise e spesso asimmetriche, ottenuti dal taglio di altri capi.



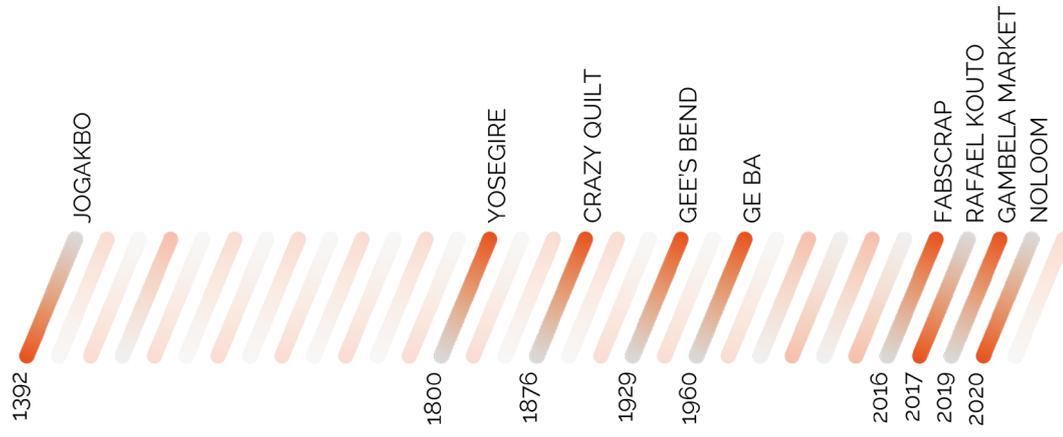
GE BA



CRAZY QUILTS



GEE'S BEND



Si può osservare come questa attitudine sia ben distribuita sia a livello geografico che temporale, trovando impiego anche nelle collezioni di giovani stilisti come Rafael Kouto.

Per i giovani artisti gli sfridi di produzione sono un ottimo materiale per sperimentare e lasciare spazio alla creatività. Proprio per questo, realtà come Fabscrap si occupano della raccolta e della ridistribuzione di queste risorse ad un prezzo competitivo per artisti e designer.

STORYTELLING



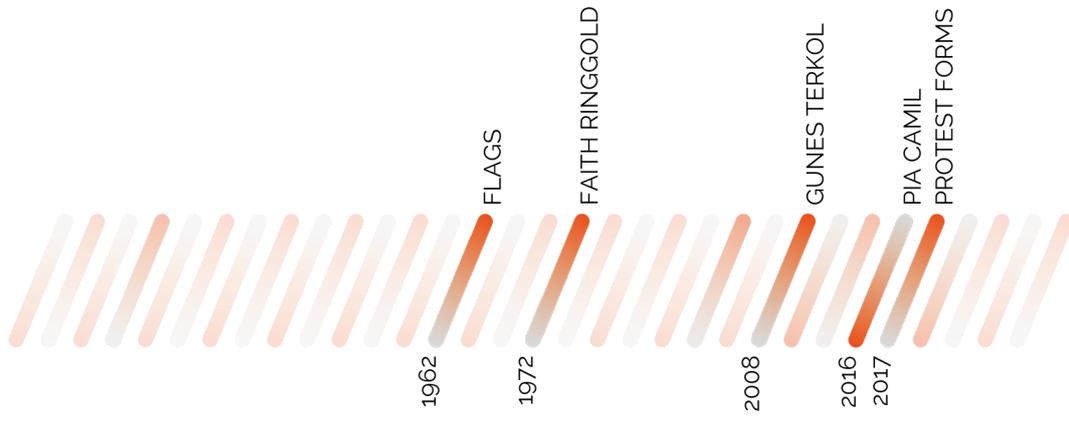
STORYTELLING

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Tra le sue peculiarità, la stoffa ha la capacità di trattenere le storie di chi la utilizza e di essere un ottimo mezzo per raccontarle.

Che si tratti di denunciare una problematica sociale, veicolare un messaggio, tramandare il ricordo di persone e fatti, il tessuto si presta come medium prediletto dalle artiste riportate in questa categoria. La maggior parte di queste testimonianze, infatti, è stata trovata all'interno del libro "Protex! Quando il tessuto si fa manifesto", una pubblicazione di Nero Edizioni, in cui si indaga il ruolo dell'arte tessile come arma di protesta e di racconto.

Si enfatizza così la capacità narrativa dell'upcycling e si conferma l'idea di poter utilizzare questa tecnica per comunicare un messaggio e uno stile di vita che si discosti da quello attualmente in corso.



SUSTAINABILITY



SUSTAINABILITY

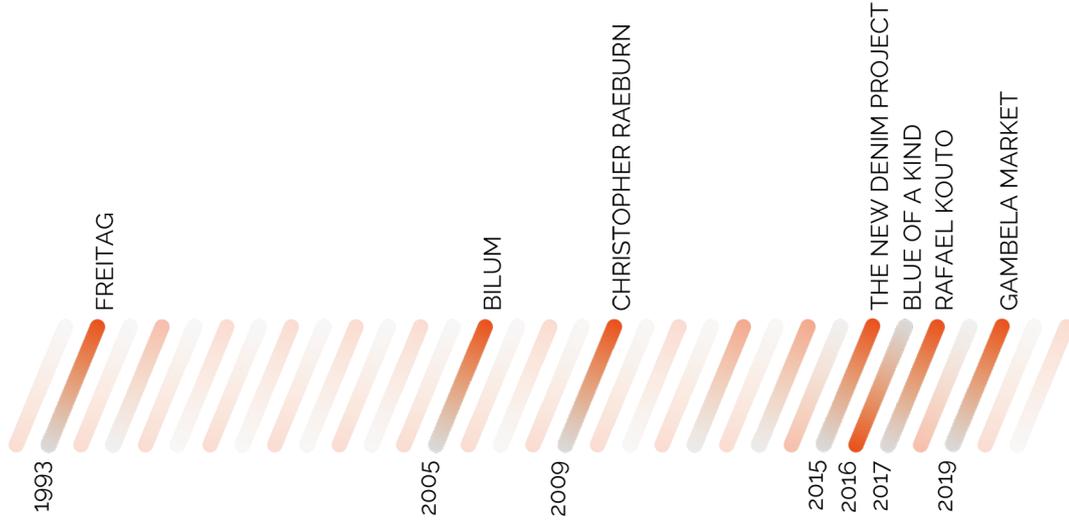
OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Per quanto concerne questa parola chiave va spiegato che non racchiude tutte le realtà sostenibili tra i casi studio analizzati, ma quelle che sottolineano questo aspetto nelle loro campagne di comunicazione e riportano più informazioni in questo senso sui loro canali.

Purtroppo, saper discernere tra ciò che sostenibile e ciò che non lo è richiede fonti certe e uno svariato numero di informazioni sull'azienda.

Negli ultimi anni, il settore tessile ha iniziato a muoversi in questa direzione, ma sono ancora molti i progressi da compiere per riequilibrare le cose. Tra le tematiche più dibattute rientrano sicuramente quella dell'origine delle materie e della tutela dei lavoratori. Ma la questione è molto più articolata e sono altre le fonti capaci di dare stanza a tali spiegazioni. Si consiglia di rivolgersi a quest'ultime se si vuole approfondire la problematica.

Per questo studio, ciò che è importante sottolineare è che l'upcycling si proponga come un'alternativa più sostenibile a molte altre all'interno del mondo del tessile.



TRADITION



TRADITION

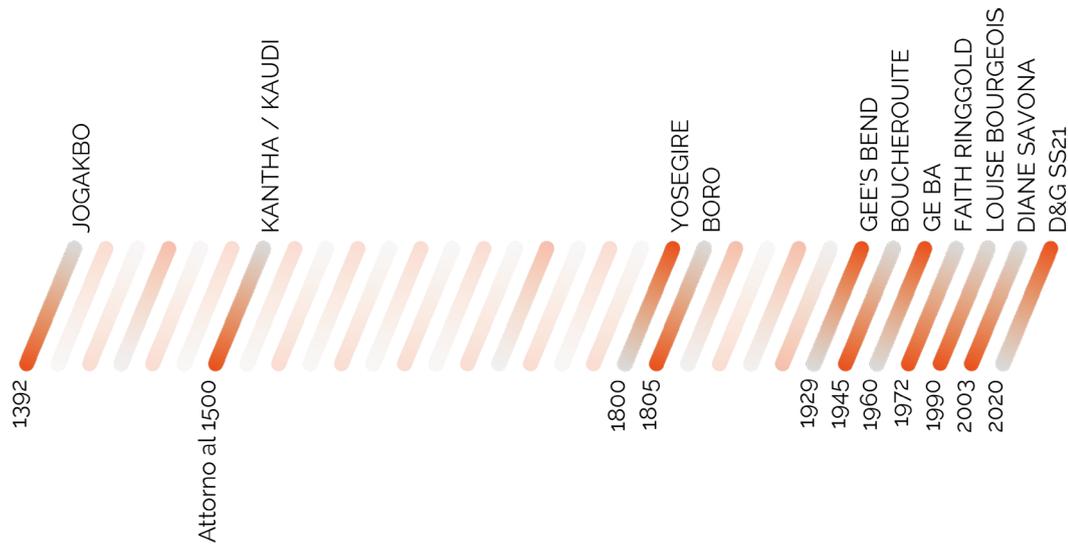
OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Per tradizione si intende la trasmissione di usi, costumi e memorie da una generazione alla successiva, tra le persone appartenenti ad uno stesso nucleo familiare o territoriale. Le tradizioni hanno dei custodi e sono capaci di suscitare emozioni nella gente coinvolta, esercitando un maggior senso di appartenenza e di consapevolezza di sé.

All'interno di una società in cui viene meno la tradizione, si lascia spazio all'alternarsi di mode passeggere.

Il recupero tessile è sempre stato parte delle tradizioni diffuse per il globo, ma la nascita del pret-a-porter a basso costo e il suo rapidissimo sviluppo hanno segnato la vittoria del consumismo sfrenato, che ha lasciato poco spazio alla conservazione di usi e costumi.

Adesso, la presa di coscienza sul panorama dell'industria del tessuto, sulle condizioni in cui verte il pianeta e sulla crisi economica dettata dal corona virus ci porta a riabbracciare la nostra storia e riavvalerci di pratiche che rischiamo di abbandonare.



WASTE



WASTE

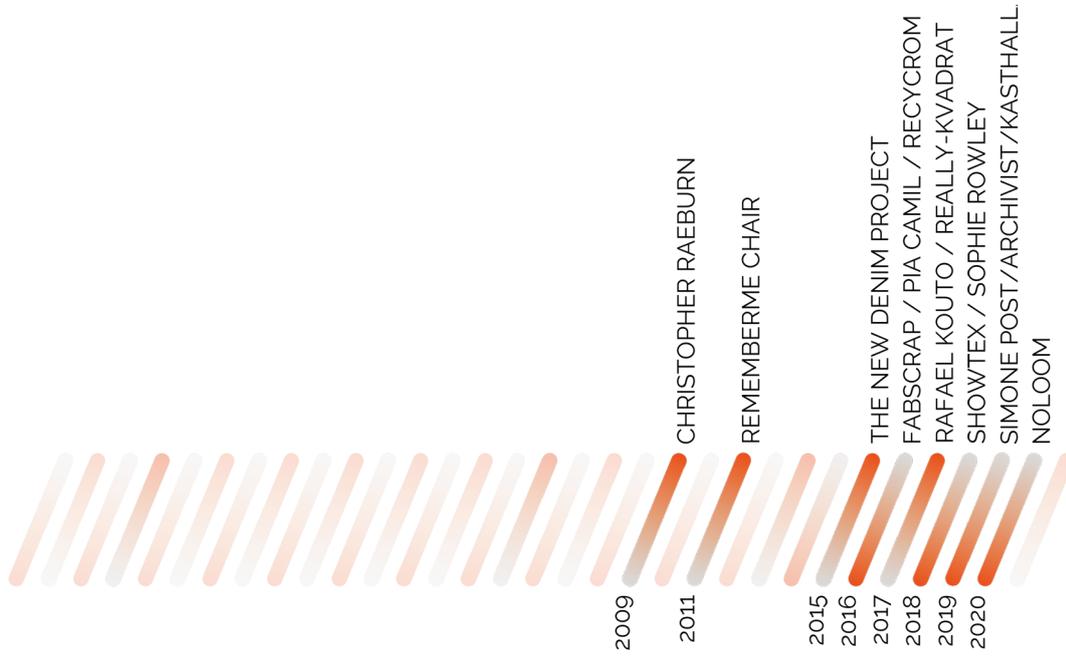
OSSERVAZIONI E CONFRONTI

Il concetto di rifiuto è molto labile, considerando quanto potenziale ancora può essere dato a ciò che viene gettato. Nel mondo del tessile, poi, si tratta di materiali che con i giusti trattamenti possono continuare a vivere fino alla completa usura.

Il quantitativo di scarti tessili prodotti dalla lavorazione industriale e dal post-utilizzo raggiunge numeri elevatissimi e lo smaltimento si rivela molto più complesso del previsto.

Un progetto di ricerca del 2016 ci fa scoprire il concetto di "Dead White Man's Clothes", un'espressione nata in Ghana per definire le grandi quantità di capi di abbigliamento usati che arrivano dal Nord del mondo, tanto ben messi da poterne giustificare la donazione solo con la morte dell'interessato. Nonostante se ne apprezzino la qualità, i capi sono troppi anche per le popolazioni locali che vengono letteralmente sommerse da cumuli

Per far fronte alla smoderata produzione di rifiuti tessili, sono tanti gli esempi di progettazione che negli ultimi anni hanno previsto la riqualificazione dei rifiuti a materiale primo di ottima qualità, con risultati ottimali e di altissimo pregio.



YARN



YARN

OSSERVAZIONI E CONFRONTI

In questa categoria, ritroviamo tre casi studio in cui il concetto di filato si declina diversamente.

FILATO COME OUTPUT

In ordine cronologico, The New Denim Project prevede la produzione di nuovi filati vergini senza la produzione di ulteriori scarti, a partire dallo smantellamento di vecchi capi.

FILATO COME COLORANTE

Nel 2016, nasce il progetto Recycrom, responsabile della realizzazione di pigmenti a lunga durata tramite la trasformazione di fibre tessili di scarto.

FILATO COME FORMA D'ARTE

Infine, lo scorso anno, ha avuto avvio Noloom, un duo artistico che lavora con rifiuti tessili, come cimose e filati, intrecciati a mano, per creare sculture.





COMUNICARE

L'UPCYCLING

La premessa

La visione analitica dello scenario di riferimento acquisita fino a qui consente di proseguire nello sviluppo di un'adeguata strategia di comunicazione.

Il ruolo essenziale che la comunicazione aveva per la prevenzione (vedi paragrafo "Le alternative auspicabili") è previsto anche per la promozione dell'upcycling come auspicabile soluzione alla produzione smodata di rifiuti tessili e alla pressione che un sistema a rapida obsolescenza pone sull'utenza. Quest'ultima sarà il soggetto da coinvolgere e con il quale interagire per invogliare ad un prepotente cambiamento di usi e costumi. Dunque, per poter intervenire in maniera mirata sulla consapevolezza dei consumatori, è necessario sviscerare ulteriormente le loro abitudini, l'influenza sociale e psicologica dell'abbigliamento, cercando di indagare soprattutto il rapporto con una produzione più etica e con l'impiego di indumenti di seconda mano.

ABBIGLIAMENTO ED INFLUENZA SOCIALE

Sebbene non sia un pensiero ricorrente o molto dibattuto nelle conversazioni che si tengono quotidianamente, l'idea che l'abbigliamento abbia valore nella definizione dell'identità e del ruolo sociale è valida ed è stata teorizzata da più di uno studioso. Rintracciare l'origine di questa inconsapevole consapevolezza è complesso. Ragionando su un contesto storico passato, dove la distribuzione in classi sociali era netta, è possibile riconoscere in maniera chiara la differenza del vestire. Katalin Medvedev, in un articolo denominato Social Class and Clothing, disponibile sul sito-web d'informazione lovetoknow.com afferma: *“Poiché il vestito era riconosciuto come un mezzo espressivo e potente di distinzione sociale, era spesso sfruttato nella guerra di classe per ottenere influenza. L'abbigliamento era in grado di significare la propria cultura, proprietà, standard morali, status economico e potere sociale, e quindi divenne un potente strumento per negoziare e strutturare le relazioni sociali, nonché per far rispettare le differenze di classe.”*

A confermare questa opinione ci sono anche le teorie di Thorstein Veblen, nella pubblicazione del 1899, The theory of Leisure Time. Il sociologo statunitense riteneva, infatti, che la classe benestante fosse in grado di esercitare la leadership in ciò che riguardava il gusto e la moda. Il loro abbigliamento ne contrassegnava lo status indiscusso. Si instaurava quello che è definito effetto di trickle-down. Questa teoria, del gocciolamento dall'alto verso il basso, in sociologia, stabilisce la diffusione di abitudini

comportamentali che, a partire dalle classi più abbienti, raggiungono quelle più povere.

Questo primato non poteva essere interrotto, poiché, come spiega George Simmel, nell'edizione di Fashion del 1904, la classe superiore influenzava classi media e bassa. Quando queste finalmente riuscivano ad emulare lo standard imposto, i privilegiati avevano già modificato il loro stile, in modo da rimarcare la gerarchia.

Il primo studio ad interrompere questa corrente di pensiero è stato quello di Michael Carter che, nella raccolta Fashion Classics, assume che imitazione e differenziazione non si debbano verificare per forza di cose in maniera consequenziale l'una all'altra, ma possono interagire. All'interno di ogni classe così come tra le diverse classi, c'è una spinta interna ad esprimere ed affermare la propria individualità.

Con il raggiungimento della democratizzazione della moda, la direzione del cambiamento della moda non è più stata unidirezionale: anche i membri di classi inferiori e gruppi subculturali e marginali hanno iniziato ad influenzare le tendenze.

Nell'odierna analisi sociale, fortunatamente, la classe non è più considerata significativa, ma l'abbigliamento ci aiuta a veicolare un alto numero di informazioni. La lettura del saggio "L'abito non mente" di Gaia Vicenzi, pubblicato nel 2018 per Foschi Editore, si è rivelata utile per argomentare questi pensieri. La psicologa, infatti, parte dall'analizzare come anche l'abbigliamento abbia i suoi risvolti positivi per il benessere dell'individuo.

Gli abiti contribuiscono all'acquisizione dell'identità e allo sviluppo del senso di sé, comunicano l'identità delle persone, definendo anche il loro ruolo sociale. Dunque, il loro compito si manifesta sia in un contesto sociale, quando si vuole veicolare un determinato messaggio, sia nella scoperta del proprio gusto, del proprio benessere emotivo e della propria personalità.

Decodificando il significato dell'abbigliamento si ottengono informazioni sulle regole, i modelli, le ideologie, le situazioni politiche e sociali, i valori, la moralità, la religione, i pregiudizi, il modo di vivere e di pensare (Lagakou, 1998, Baldini, 2005, Galoforo, 2006, Kawamura, 2006).

Il valore del vestiario viene spesso sminuito all'apparenza, alla moda, allo stile, ma esso rappresenta l'insieme delle modificazioni e/o integrazioni che un individuo sceglie di combinare in un modo preciso e, come tale, ha una sua specifica funzione.

LE FUNZIONI DELL'ABBIGLIAMENTO

Le principali funzioni dell'abbigliamento sono sei e sono state teorizzate da Horn e Gurel nel 1981.

1. Funzione di protezione
2. Funzione di identificazione
3. Funzione pudica
4. Funzione di rappresentazione dello status
5. Funzione di abbellimento
6. Funzione di coping

Se le prime cinque sono semplici da identificare, c'è molto da dire sull'ultima, la funzione di coping, tramite la quale aiutarsi nella gestione delle emozioni e nella proiezione dei valori in cui si crede. Per questo motivo, Horn e Gurel si preoccuparono di identificare le situazioni scatenanti per questa specifica funzione:

- a. desiderio di essere simile agli altri
- b. desiderio di esprimere se stessi
- c. desiderio di soddisfazione estetica
- d. espressione del proprio valore e del proprio prestigio
- e. desiderio di partecipazione sociale
- f. comodità
- g. economia
- h. ecologia
- i. etica, anche in una più moderna concezione di economia sostenibile nel campo del fashion.

Dopo aver preso coscienza di quelle che sono le ragioni secondo le quali si tende a costruire il proprio abbigliamento, è giusto domandarsi quali siano invece i fattori che si tende a considerare prima di decidere cosa indossare, ovvero nel momento in cui si sceglie di acquistare.

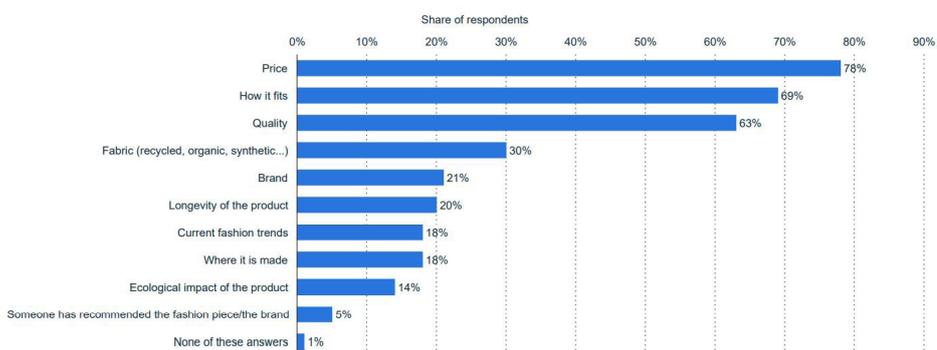
LE ABITUDINI DEI CONSUMATORI (COSA CERCANO E DOVE)

1. Cosa è determinante durante la scelta di un capo?

Per riuscire a coinvolgere efficacemente l'utenza, è essenziale riuscire ad individuare correttamente quali siano i fattori considerati nella scelta d'acquisto e i pensieri conseguenti. Grazie all'utilizzo del portale web Statista, presente tra gli strumenti offerti dal Politecnico di Torino, sono state reperite statistiche relative alle abitudini dei consumatori italiani e al rapporto con la moda sostenibile, riferite all'anno 2019.

What are your criteria when you buy clothes?

Opinions regarding factors to consider when buying clothes in Italy 2019



Note(s): Italy, October 24-25, 2019; 18 years and older; 1,010 respondents
Further information regarding this statistic can be found on [page 53](#).
Source(s): YouGov Italy; [ID 1100500](#)

19

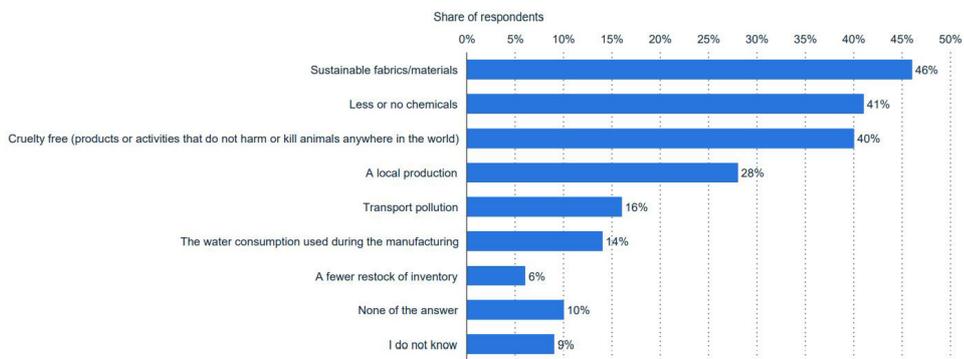
Shopping behavior **statista**

Nel momento in cui si chiede quali siano i criteri influenti per la scelta dei vestiti, il sondaggio rivela che i principali fattori presi

in considerazione dai consumatori italiani quando acquistano abbigliamento sono i prezzi, il modo in cui vestono e la qualità. Gli aspetti relativi alla sostenibilità sono meno vagliati. È solo il 14 per cento degli intervistati a preoccuparsi per l'impatto ecologico del prodotto durante la spesa vestiti. Nonostante tutto, si dimostra un buon livello di attenzione per ciò che riguarda i materiali di realizzazione e la longevità complessiva del capo. Anche se le questioni etiche coinvolgono i consumatori meno dei prezzi e del fitting, la tendenza a ridurre l'acquisto di abiti è in aumento.

Which, if any, eco-friendly elements are important to you when you buy clothes?

Opinions on important eco-friendly elements when buying clothes in Italy 2019



Note(s): Italy; October 24-25, 2019; 18 years and older; 1,010 respondents
 Further information regarding this statistic can be found on [page 54](#)
 Source(s): YouGov Italy; ID 1100606

Attitude towards sustainable consumption **statista**

Alla domanda su quali siano gli elementi eco-compatibili da tenere in considerazione durante l'acquisto, il 46 per cento degli italiani intervistati ha dato priorità ai tessuti e ai materiali sostenibili. Inoltre, il 41 per cento dei rispondenti ha considerato l'assenza di sostanze chimiche come un aspetto rilevante.

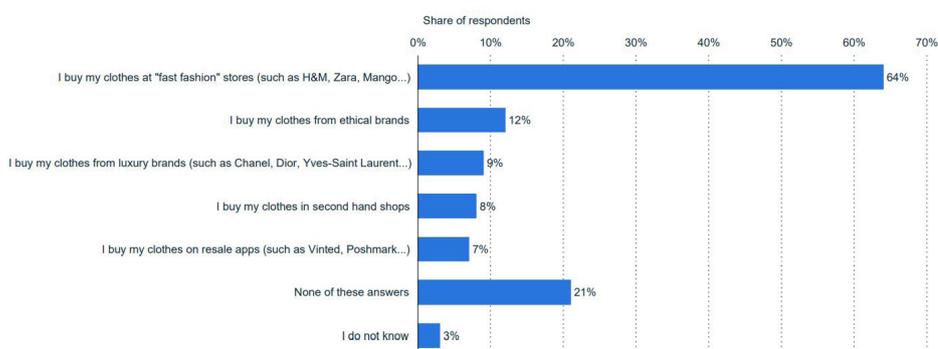
2. Quando e dove si sceglie di acquistare oggi

A partire dal 2019, la maggior parte dei consumatori italiani ha dichiarato di acquistare abiti principalmente durante la stagione dei saldi e, con l'arrivo e l'aggravarsi della crisi pandemica, anche la quota di persone che di solito acquistava vestiti durante tutto l'anno è diminuita drasticamente.

Un altro nodo da sciogliere è quello relativo a dove l'utenza scelta di fare compere.

Generally speaking, where do you prefer buying clothes (on and offline)?

Preferred clothing purchase channels in Italy 2019



Note(s): Italy, October 24-25, 2019; 18 years and older; 1,010 respondents
Further information regarding this statistic can be found on [page 52](#)
Source(s): YouGov Italy; ID: 1098933

Shopping behavior **statista**

La maggior parte degli intervistati ha dichiarato di acquistare i

propri vestiti presso i negozi "fast fashion". Più specificamente, il numero di persone che acquistano in tali negozi ha raggiunto fino al 64 per cento.

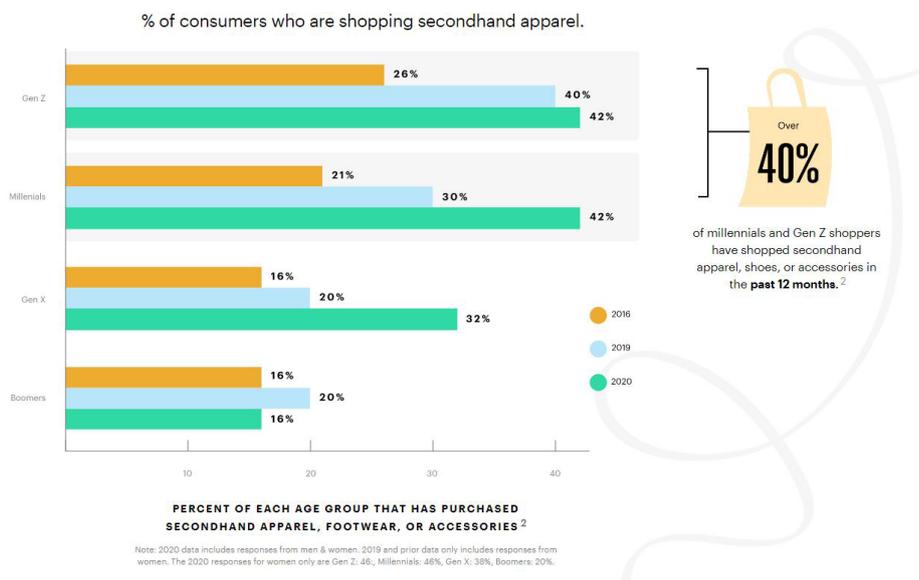
Sebbene l'attitudine principale sia questa, circa il 12 per cento dei consumatori coinvolti nel sondaggio ha affermato di scegliere marchi etici. Otto per cento preferisce negozi second hand e il sette per cento opta per la compravendita su app di resale.

Effettivamente, il Covid-19 ha poi accelerato la diffusione di alcuni trend nascenti all'interno dell'industria della moda, come il thrifting e la vendita online di capi di seconda mano. Probabilmente i fattori decisivi sono stati la crisi socio-economica che si sta vivendo e la ricerca da parte del consumatore di vestiti unici e che abbiano preferibilmente un costo contenuto.

IL SECOND HAND E LO STIGMA NEL PASSATO

Il report di ThredUp del 2021 mostra come il tasso di crescita per il mercato del second hand e del resale sia in rapida ascesa tra le giovani generazioni.

The Younger Generation Is Powering the Rise of Secondhand



Si tratta, in particolar modo, dei Millennials e della Gen Z. Queste fasce d'età sono accomunate da consapevolezza e particolare attenzione alla sostenibilità ambientale e al consumo etico. Con ciò non si vuol intendere che siano esenti dal fascino

del consumismo sfrenato, ma che, rispetto alle generazioni che li precedono, essi si dimostrino più interessati alla causa. Nonostante ciò, risulta comunque complesso ai loro occhi distinguere ciò che è realmente sostenibile da ciò che si spaccia per tale. Stare alla larga dal greenwashing è piuttosto difficile laddove le aziende non sono trasparenti.

Uno dei consigli più comuni che gli esperti del settore offrono a chi vorrebbe acquistare capi etici e di qualità e non ha a disposizione un budget molto alto è proprio quello di rivolgersi a rivenditori di second hand. La scelta più sostenibile è quella di utilizzare ciò che già c'è.

È forse questa la motivazione per cui il second hand sta riscontrando molto più successo di quanto ne abbiano ottenuto i brand sostenibili?

Con l'acquisto di abbigliamento di seconda mano si ha la certezza di non impattare negativamente e non è da sottovalutare il fattore inclusività.

Il second hand si rivela tendenzialmente più inclusivo, offrendo la scelta tra molteplici stili, taglie e fasce di prezzo abbordabili, se si tiene in considerazione la willingness to pay dell'utenza di riferimento.

Not All Sustainable Fashion Is Equal in Modern Consumers' Eyes

While the demand for secondhand is surging, demand for new clothing marketed as "sustainable" is declining. This may be due to accessibility combined with consumer concerns about greenwashing and transparency.

	Secondhand Clothing 42% of consumers plan to spend more in the next 5 years (more than any other retail category). ²	New Clothing Marketed as "Sustainable" 26% of consumers plan to spend more in the next 5 years (40% fewer consumers than last year). ²
Sustainable Reduces environmental impact of traditional fashion.	YES	YES
Inclusive Styles for every wallet and sizes for every body.	YES	SOMETIMES
Transparent Clarity around how clothes are made and who makes them.	YES	SOMETIMES

Il second hand si adatta a tutti i gusti, offrendo occasioni imperdibili e un genere di esperienza che attiva il cliente più dello shopping tradizionale.

Eppure, le opinioni a riguardo non sono sempre state di questo tipo, anzi, vigeva un vero e proprio stigma sull'usato e chi sceglieva di utilizzarlo.

Tutto ha inizio alla fine dell'800, quando si avvera il passaggio dall'artigianato alla produzione in serie. Nascono i primi grandi magazzini, specializzati nella vendita di abiti confezionati. Poi, tra il 1958 e il 1963 si raggiunge il boom economico. Si dice addio al senso di sacrificio e risparmio che aveva contrassegnato lo stile di vita fino a quel momento. Si dimenticano i disastri avvenuti in precedenza; la povertà viene sostituita dal benessere. Ci si abitua a nuovi consumi. Ne segue la formazione di un mercato di massa per prodotti di largo consumo, che esige un tempo di ricambio accelerato per alimentarsi. Per attuare questo cambiamento c'è bisogno che i clienti facciano proprio questo ritmo calzante: si lavora sulla comunicazione, la pubblicità affina le proprie strategie e si instilla nelle persone la credenza che gli oggetti siano realizzati nell'ottica di essere sostituiti nel giro di poco tempo.

Nasce, quindi, il luogo comune secondo cui un oggetto usato è indice di povertà. Chi lo acquista non può permettersi il nuovo. Essendo direttamente opposto al consumismo, l'usato viene disprezzato. Questa percezione negativa si accentua nel tempo, legandosi a quella di uno scarso grado di igiene. Soprattutto tra baby boomers e generazione X si rafforza l'idea che il second hand sia rivolto esclusivamente ad un pubblico di clienti non abbienti o appartenente al "ceto culturale" radical chic. Si rafforza lo stigma sociale dell'usato, fino a che non balena a qualcuno l'idea di poter trarre guadagno da un elevato numero di oggetti inutilizzati. Negli anni '90, i lungimiranti imprenditori di questo mercato ne segnano l'evoluzione: nasce Ebay e poi Subito.it. E nel tempo il quantitativo di piattaforme che si occupano di questa compravendita è sempre aumentato. È stata sviluppata di una dimensione digitale tanto potente da sdoganare il mercato del second hand, affievolendone lo stigma. Poi, la crisi dettata dal Covid-19 ha sancito la definitiva esplosione di questo mercato, che si prospetta possa crescere così tanto da poter superare il fast fashion per il 2029.

Negli ultimi due anni, il potere mediatico di Instagram e TikTok, associato alla pressione del cambiamento climatico e alla responsabilità ambientale, ha demolito quasi del tutto le remore esistenti sull'abbigliamento usato, ma non è stato del tutto capace di sensibilizzare l'utenza: se da una parte si è compresa

l'importanza di scegliere con più attenzione i capi da comperare, dall'altra non si ha ancora chiaro che il numero di acquisti vada moderato e che non ci sia bisogno di possedere troppa roba.

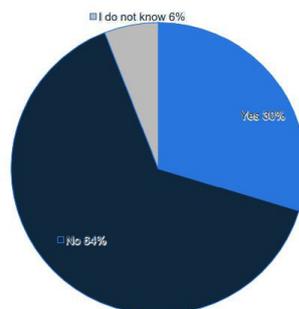


LO SLOW FASHION E LA SUA COMUNICAZIONE

Un altro modello in controtendenza rispetto al fast fashion è quello dello slow fashion, un movimento che si preoccupa di produrre nel rispetto delle persone, dell'ambiente e degli animali. La moda lenta presuppone un diverso approccio al consumo che insegni al consumatore ad acquistare abbigliamento creato per durare nel tempo. Sebbene le intenzioni di questo filone siano lodevoli, non trovano tanta accoglienza da parte dei consumatori. Tornando alle statistiche pubblicate nel 2019 per il territorio italiano, soltanto il 30 per cento dei rispondenti era a conoscenza dello slow fashion, contro un 64 per cento di esiti negativi e un 6 per cento di persone confuse.

Have you ever heard the term "Slow Fashion", a movement to buy less clothes for better quality?

Level of knowledge of Slow Fashion in Italy 2019



Note(s): Italy; October 24-25, 2019; 18 years and older; 1,010 respondents
Further information regarding this statistic can be found on [page 58](#)
Source(s): YouGov Italy; [ID 1100706](#)

26

Attitude towards sustainable consumption **statista**

L'ideale di una moda lenta e sostenibile non è cosa nuova. I primi fermenti si hanno agli inizi degli anni '70, come diretta opposizione alla nascente industria del fast fashion. Il movimento era relegato ad una nicchia di pochissime persone, con ideali forti. Quello che si cercava erano capi naturali, ecologici e fatti a mano.

Negli anni '90, poi, con il passaggio dall'autoproduzione alla produzione su larga scala, sorgono nuove problematiche etiche ed ambientali. Si discute la sostenibilità dei processi industriali e l'importanza di filiere trasparenti. L'immaginario che si sceglie per comunicare questa apprensione è d'impatto e molto più curato che in precedenza. Tra le campagne pionieristiche di questa ondata di rinnovamento vanno citati i lavori di Lynda Grose, Katharine Hamnett e Safia Minney.

Nonostante questo immaginario continui a farsi strada, non riesce a contrastare la diffusione di una moda molto più accessibile, basata sulla riproposizione dei modelli di brand affermati a prezzi stracciati. Una democratizzazione dell'abbigliamento, tutt'altro che democratica, in grado di cancellare tutte le alternative possibili. L'idea di una moda diversa resiste, ma non ottiene ampio riscontro. La scena resta invariata fino a quando non si comincia a parlare con più frequenza di sostenibilità. Negli ultimi due anni si parla di una vera esplosione del trend sustainable fashion.



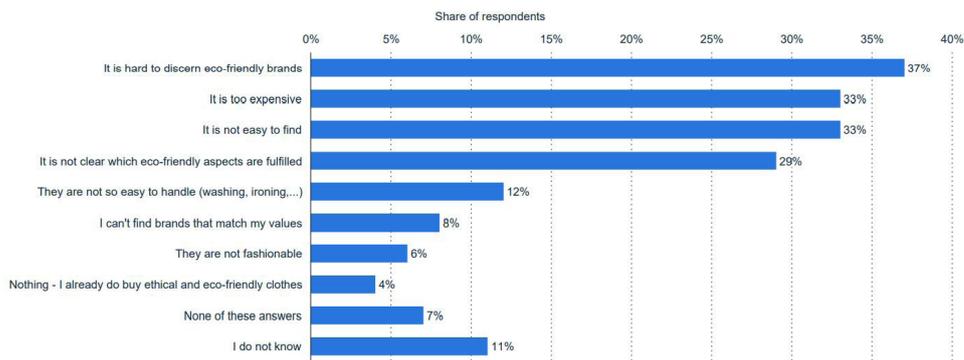
Al solo pensiero, è facile pensare ad un immaginario verde, poetico, naturalistico. Quest'ultimo e le parole green, slow, conscious sono stati eccessivamente abusati nelle campagne di comunicazione visiva. Lo stile scelto segue un registro fisso, troppo conforme.

C'è ridondanza visiva e lessicale. Ciò genera sospetto, noia e

confusione tra i potenziali consumatori, che non riescono a creare empatia con il brand, spesso non riuscendo neppure a comprendere se sia realmente sostenibile o se stia simulando. Non è autentico, non ispira fiducia e soprattutto manca di quella originalità che una campagna dovrebbe avere per coinvolgere a livello visivo ed emotivo lo spettatore.

What restrain you from buying ethical and eco-friendly clothes?

Opinions on factors hindering consumers from buying ethical clothes in Italy 2019



Notes: Italy, October 24-25, 2019; 18 years and older; 1,010 respondents
 Further information regarding this statistic can be found on [page 55](#)
 Source(s): YouGov Italy; ID:1100657

Attitude towards sustainable consumption **statista**

Se si domanda al pubblico italiano cosa li frena dall'acquistare vestiti prodotti eticamente le risposte sono molteplici. Per quanto ci si possa aspettare che la motivazione più rilevante sia quella economica, questa ottiene il 33 per cento dei consensi e viene superata da "è difficile riconoscere i brand eco-friendly" che raggiunge il 37 per cento.

Tra le altre, incuriosiscono molto le risposte "non riesco a trovare brand che rispecchino i miei valori" per l'8 per cento e "non sono alla moda" per il 6 per cento. Pare quindi evidente che lo slow fashion attualmente possa affidarsi soltanto a pochi sostenitori convinti che, spinti dalle loro credenze e dai loro ideali, riescono ad andare oltre l'immagine.

È ancora più evidente quanto sia necessario un nuovo immaginario, accattivante e coinvolgente.



COMUNICARE L'UPCYCLING

Il risultato

Questo immaginario accattivante e coinvolgente sembrerebbe in linea con l'estetica distintiva dell'upcycling tessile. Esso si pone come congiunzione tra i due mondi che sono stati analizzati in precedenza, dell'usato e della moda sostenibile. Dalla fase di ricerca si sono apprese le effettive potenzialità di questa tecnica che superano di gran lunga le solite cose che si tendono a promuovere dell'upcycling. Volendo riassumere queste caratteristiche in punti essenziali, si può affermare che l'upcycling tessile è capace di:

- RACCONTARE STORIE
- TUTELARE L'AMBIENTE
- CREARE OPPORTUNITÀ
- PRESERVARE UN'EREDITÀ
- TROVARE IL PROPRIO STILE
- TENERE VIVO UN RICORDO
- RICERCARE LA BELLEZZA
- ESULARE IL TEMPO
- EMOZIONARE

È originale, come dimostrano i lavori di Paolina Russo, è ironico ed è palese dal modo di comunicare che ha scelto di utilizzare Freitag, è esclusivo come le collezioni di Marine Serre.

ORIGINALITÀ



Paolina Russo

IRONIA



Freitag

ESCLUSIVITÀ



Marine Serre

Tutte queste caratteristiche sembra possano soddisfare i bisogni di una specifica fetta di utenza. Ma poi, a tutti gli effetti, chi è ad interessarsi all'upcycling e perchè?

IN ITALIA CHI È INTERESSATO ALL'UPCYCLING E PERCHÈ?

C. Coppola, A. Vollero, A. Siano

in un articolo pubblicato nel 2020 per il Journal of Cleaner Production

- ECOLOGISTS
- ECO-CREATIVES
- EDUCATORS
- UTILITARIANS
- HEDONISTS

MOTIVAZIONI

- RISPARMIO ECONOMICO
- OTTIMIZZAZIONE DI TEMPI E COSTI
- RICERCATEZZA ED UNICITÀ DEL PRODOTTO
- RIDUZIONE DEI RIFIUTI PRODOTTI
- ATTENZIONE ALLE PROBLEMATICHE AMBIENTALI
- PARSIMONIA
- AFFETTO
- VALENZA EDUCATIVA
- SODDISFAZIONE DEL FARE LE COSE DA SÈ
- ESPRESSIONE DELLA CREATIVITÀ
- ECO-CREATIVITÀ
- AUMENTO DELLA CONOSCENZA E DEL KNOW-HOW SULL'UPCYCLING

In un articolo pubblicato nel 2020 per il Journal of Cleaner Production, C. Coppola, A. Vollero, A. Siano individuano in Italia cinque categorie di upcyclers, ovvero coloro che in prima persona scelgono di praticare la tecnica, e le motivazioni che riportano:

- UTILITARIANS. Egoisticamente, il loro obiettivo è trarre beneficio per se stessi, principalmente per risparmiare denaro;
- HEDONISTS. Si applicano per esprimere la creatività o incrementare la loro conoscenza e capacità nell'utilizzare questa pratica;
- ECOLOGISTS. Sono spinti dalla voglia di ottenere un beneficio collettivo. Vogliono ridurre la produzione di rifiuti e accrescere la consapevolezza su tematiche ambientali;
- ECO-CREATIVES. Hanno scelto l'upcycling perchè oltre ad esprimere la loro creatività, le loro azioni hanno un impatto positivo anche per gli altri e per l'ambiente;
- EDUCATORS. Lo fanno nell'ottica di generare valore, di educare e accrescere la consapevolezza anche in chi li circonda.

**NO FASHION ON
A DEAD PLANET**



**DON'T BUY COOL SHIT
MAKE SHIT COOL**

L'UTENZA

Nell'individuazione dell'utenza di riferimento si è fatto tesoro di tutte le nozioni e i ragionamenti acquisiti e raccolti nel corso di queste pagine. Ciò di cui si è tenuta nota in particolar modo sono tre fattori:

SENSIBILITÀ
AL CAMBIAMENTO
CLIMATICO

La protezione del pianeta e il contrasto dei cambiamenti climatici è la prima preoccupazione per i ragazzi della Gen Z italiana (1995-2010) e la seconda, dopo la disoccupazione, per i Millennial (1983-1994).

Fonte: report "The Deloitte Global 2021 Millennial and Gen Z Survey"

Il pubblico interessato al tema avrà preferibilmente un'età compresa tra gli 11 e i 38 anni.

DISPONIBILITÀ
ECONOMICA

Gli under 30 guadagnano il 29% in meno rispetto alla media. Ciò è in parte dovuto alla tipologia di contratto, nella maggior parte dei casi a termine.

Fonte: INPS, 2019

Considerando il potere d'acquisto, il range si stringe tra i 18 e i 29 anni. Tendenzialmente, un lavoratore più grande e con la possibilità di spendere di più, rientra già in un altro segmento di mercato.

DIFFERENZIARSI
E RACCONTARSI

Secondo gli studi della psicologia dell'abbigliamento, non c'è modo di profilare univocamente chi ha uno stile più ricercato. Però, sappiamo che i grandi cambiamenti nel corso della vita possono innescare meccanismi di differenziazione, dove l'abbigliamento può essere uno strumento utile per raccontarsi.

Fonte: *L'abito non mente*, Gaia Vicenzi, 2018, Foschi Editore

Nel passaggio all'università o al mondo del lavoro, si rivela importante l'espressione del proprio bagaglio esperienziale e dei propri ideali.

In definitiva, il segmento di pubblico a cui si sceglie di indirizzare la strategia di comunicazione avrà un'età compresa tra i 18 e i 29 anni, sarà attento alla questione ambientale, alla produzione eccessiva di rifiuti e, nel pratico, a non spendere troppo. Sentirà il bisogno di esprimere la sua personalità, già in parte formata, come anche il suo gusto nell'abbigliamento, anche tramite i capi che sceglie di indossare.

STORYTELLING VS. STORYLIVING

Il mondo della comunicazione è in costante evoluzione e, negli ultimi anni, si è assistito ad un progressivo passaggio dallo storytelling allo storyliving, per un'ottimale coinvolgimento dell'utenza.

La tecnica dello storytelling consiste nel raccontare una storia al fine di attirare l'attenzione del pubblico. Con lo storyliving, invece, le persone diventano protagonisti attivi, ai quali far vivere un'esperienza memorabile.

Per fronteggiare una soglia dell'attenzione, che, stando uno studio tenuto da Microsoft nel 2015, pare avere la durata di pochi secondi, è necessario creare storie che si discostino dai canoni della narrazione tradizionale. Il consiglio che spesso viene dato è quello di fare a meno di dati e numeri, se non strettamente indispensabili, e, in generale, di evitare l'innescò del deficit model, ovvero quel meccanismo per cui, nella spiegazione di uno o più concetti, chi parla riversa il suo sapere sul pubblico, che sviluppa una reazione emotiva negativa, sentendosi in difetto, come se non fosse abbastanza intelligente. Bisogna cercare di ottenere l'esatto opposto, facendo percepire all'utente la sua centralità e l'unicità della propria voce, avvicinandolo al messaggio tramite un contesto sociale e valoriale noto.

LE PERSONAS

Nella profilazione delle personas si è cercato di descrivere al meglio l'utenza individuata, sicuramente molto curata nell'aspetto, soprattutto attenta ai dettagli. L'idea di base è che non si abbiano remore di alcun genere nell'utilizzare capi di seconda mano, vintage o salvati dalla discarica, ma che anzi, se ne apprezzi il valore. Nell'immaginazione di chi scrive, queste personas sono coinvolte in qualcosa di creativo, hanno una spiccata sensibilità per le arti o l'estetica ed è facile immaginare che si soffermino sulla scelta di un capo qualche volta in più rispetto ad altri. Ciò è probabilmente dovuto alla giovane età, ancora assoggettata dalle insicurezze e dalla voglia di farsi valere una volta varcata la porta della propria camera.

In totale, sono state identificate tre personas, per ciascuna delle quali sono state fornite informazioni generali sulla città di residenza, l'età e l'impiego. Si è poi tentato di tracciarne i tratti principali della personalità, di descriverli in poche parole e di individuare un oggetto distintivo.

Caterina



GENERALI

28 anni

Milano

Stagista per casa editrice

Un outfit particolare si fa notare in un ufficio di creativi, ma in negozio non c'è niente che la soddisfi in quel mare di poliestere. Ecco perchè parte dello stipendio è speso in vintage o dalla sarta per ricreare ciò che desidera.

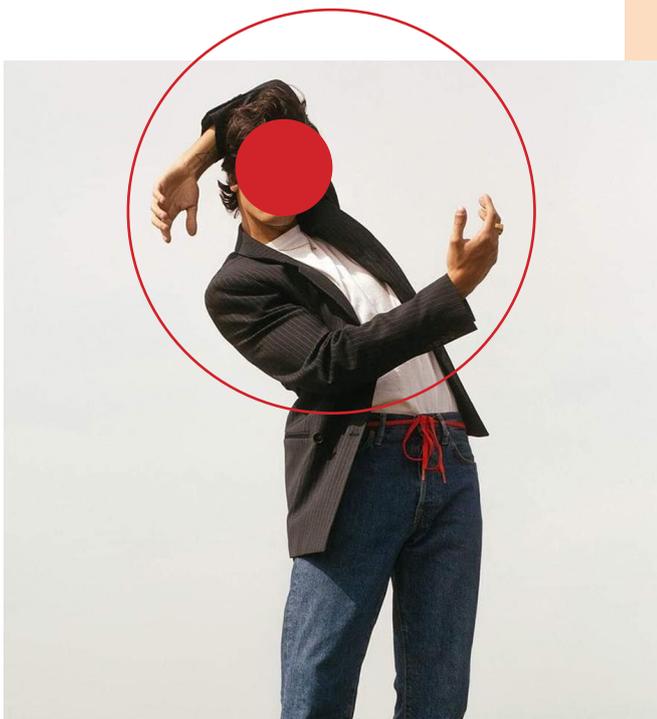
PERSONALITÀ



SEMPRE CON



Gioele



GENERALI

25 anni

Bologna

Studiante Lettere Moderne

La ricerca di libri nuovi da leggere lo porta nei mercati dell'usato della città. Tornato a casa fiero del suo bottino, non vuole dividerlo con nessuno, a differenza dei suoi vestiti che, da sempre, scambia con i suoi due fratelli.

PERSONALITÀ



SEMPRE CON



Anna



PERSONALITÀ



GENERALI

20 anni

Urbino

Studentessa Accademia di Belle Arti

Non avere nulla da mettere è sempre stata una buona motivazione per rubare capi nell'armadio di amici e parenti.

Le scuse che trova sono sempre originali come i progetti che realizza per i corsi che frequenta in Accademia.

SEMPRE CON



IL CONCEPT



© Helena Almeida

Arrivati a questo punto, risulta chiaro lo scenario di riferimento e il problema che si vuole attenzionare, le soluzioni che si vogliono proporre, l'utenza a cui rivolgersi, gli elementi da preferire per una giusta comunicazione, e quelli da evitare. Non resta, allora, che illustrare il concept.

Per far valere al massimo le informazioni raccolte riguardo l'upcycling tessile e l'inquadramento cronologico risultante, tenendo in considerazione il fatto che non esista sul suolo italiano un progetto di divulgazione interamente dedicato a questa pratica, si è pensato di intraprendere questo percorso. Nello specifico, l'idea è quella di creare una community dove raccontare le storie che sono dietro all'upcycling, in modo da interiorizzarlo al meglio e farlo diventare una pratica di uso comune, capace di correggere positivamente le dinamiche della fashion industry e le modalità d'acquisto dei consumatori.

we are not
the same



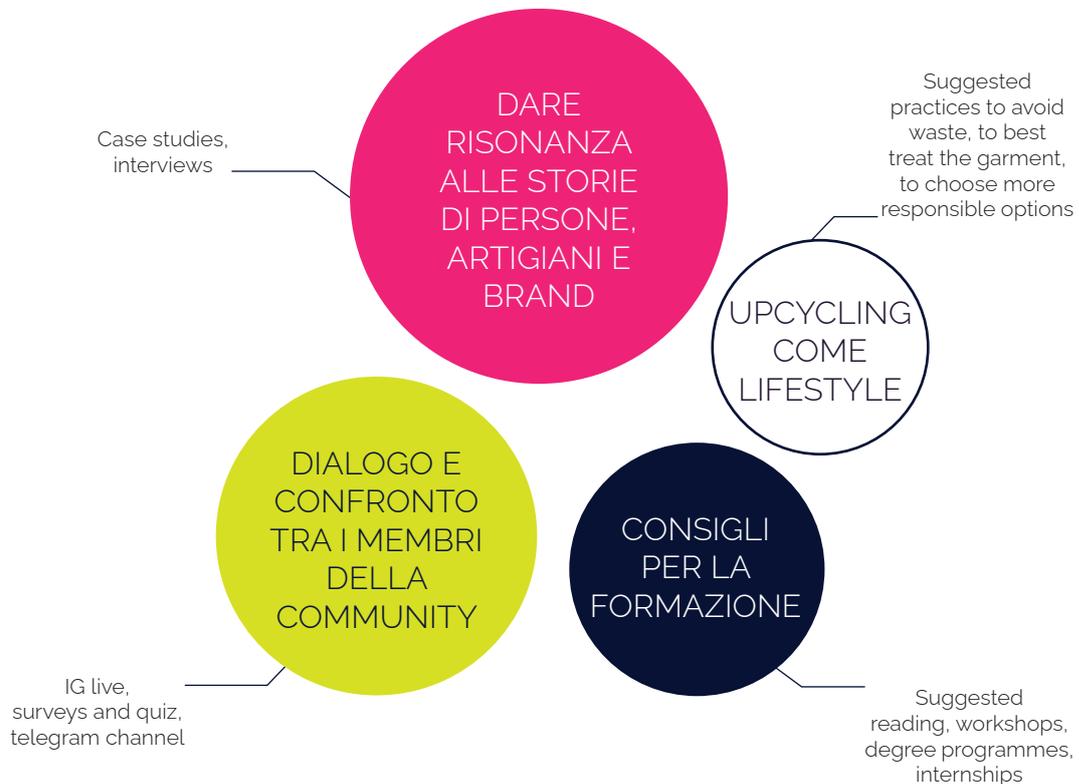
we are knot the same è una community che, tramite la narrazione e la promozione dell'upcycling tessile, si propone di creare opportunità di dialogo e riflessione sul ruolo che può giocare l'abbigliamento nell'arginare le conseguenze del cambiamento climatico, nel riabbracciare una tradizione che rischia di andare perduta, nel dare il giusto valore a ciò che viene considerato da buttare.

CANALI

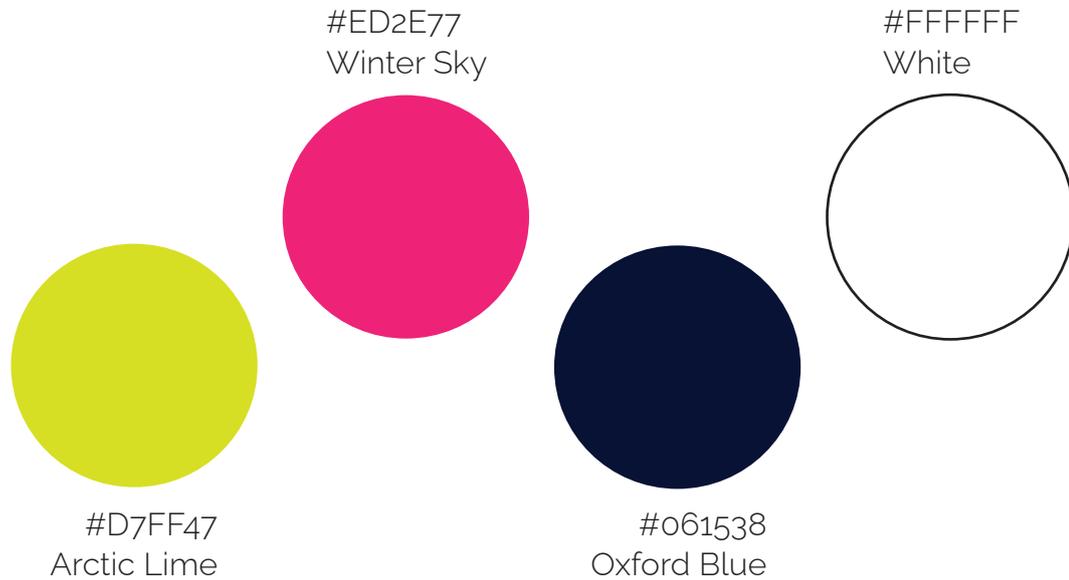
Per **comunicare efficacemente** con il segmento di pubblico selezionato, la scelta dei **canali** ricade su:



LINEE GUIDA



IDENTITÀ VISIVA



per i titoli

Gallery Modern

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

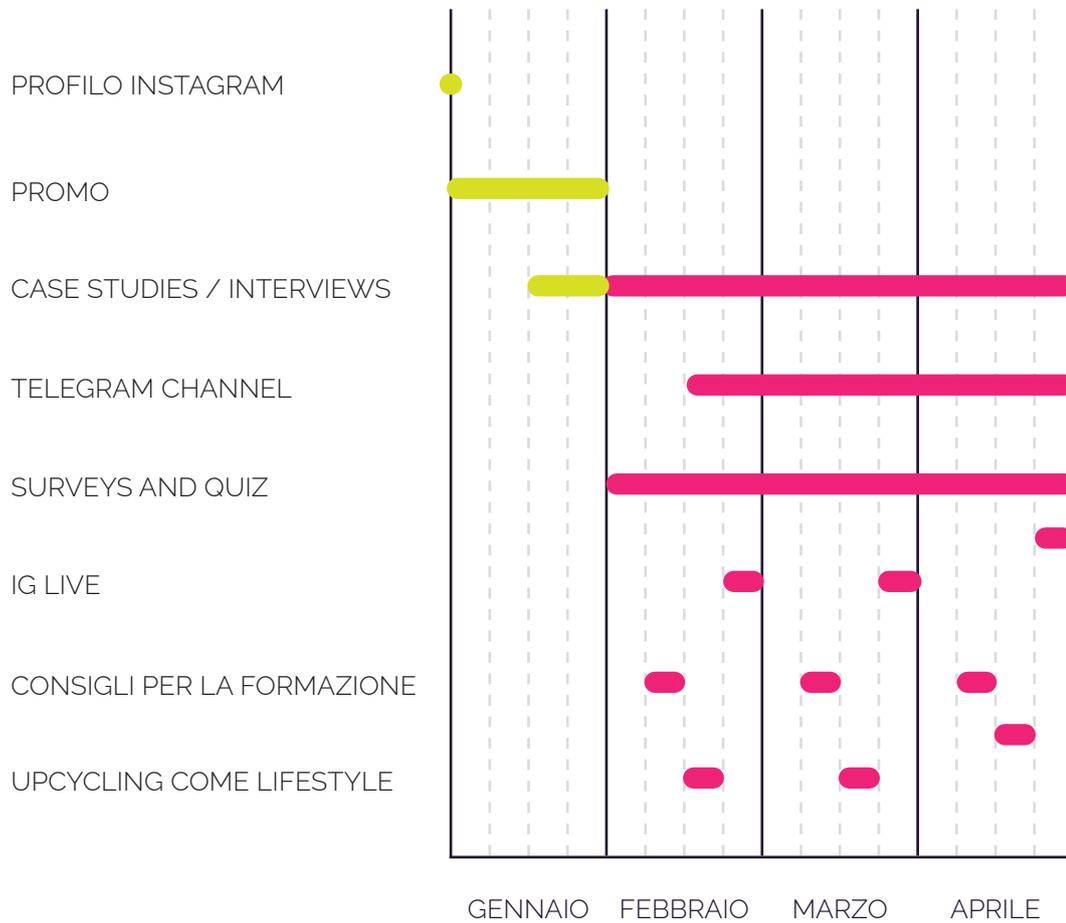
per i testi

Raleway Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

we are *knot*
the same

GANTT



**FASE 1
GET TO KNOW**

Far conoscere il progetto e i valori alla base del suo sviluppo.

**FASE 2
COMMUNITY**

Creare un legame forte, che incentivi la collaborazione e la condivisione.

PROMO INSTAGRAM



La pubblicazione dei primi post sul profilo Instagram @weareknotthesame coinciderà con l'avvio del progetto. In primo luogo, verrà dato spazio alla sua presentazione e alla spiegazione del concetto di upcycling tessile, partendo da una breve introduzione alla problematica situazione della fashion industry.

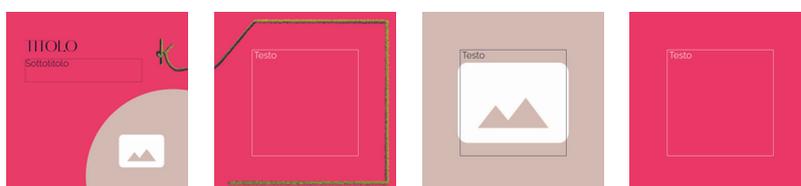
CASE STUDIES / INTERVIEWS



LAYOUT CASE STUDY

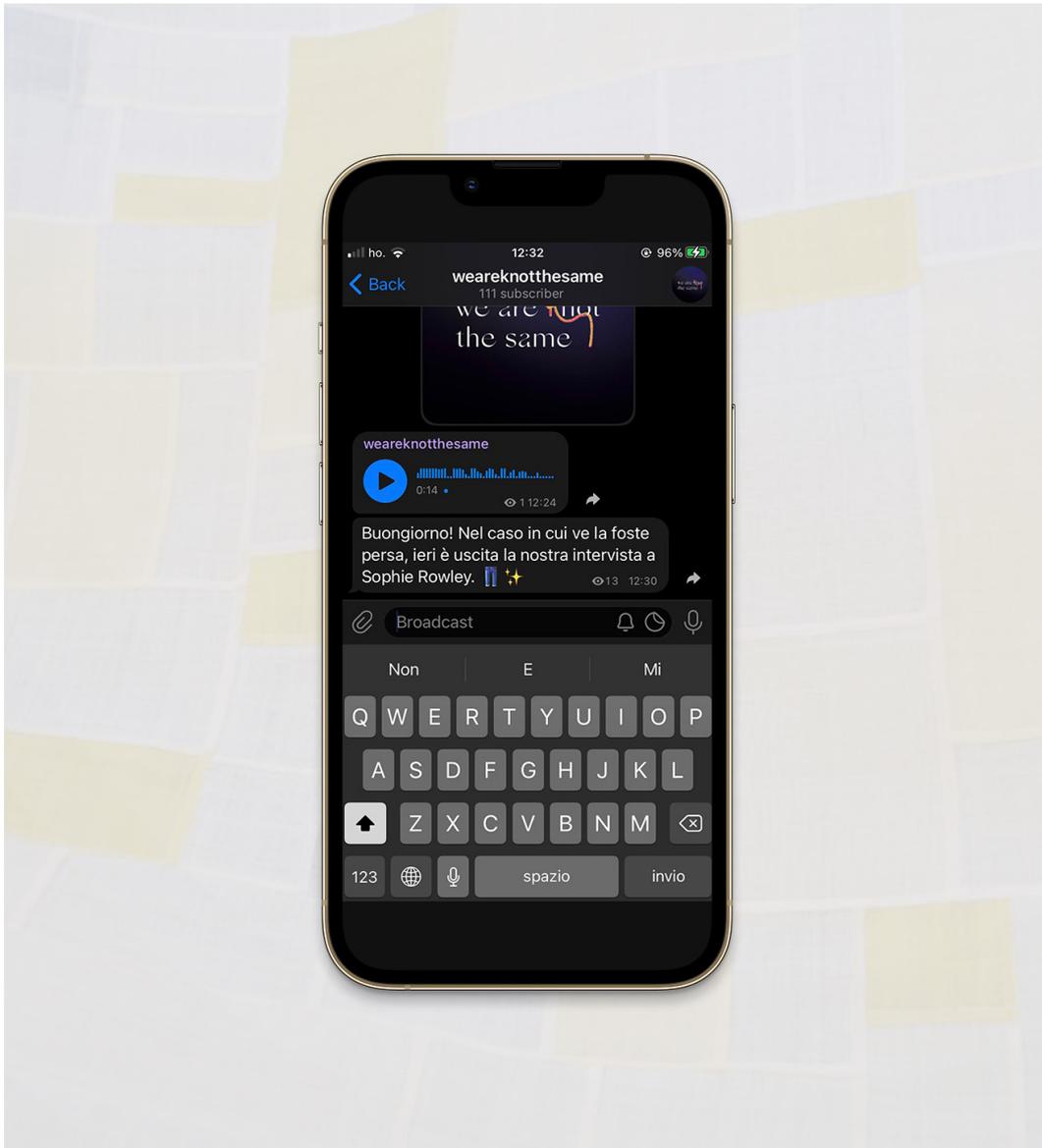


LAYOUT INTERVIEW



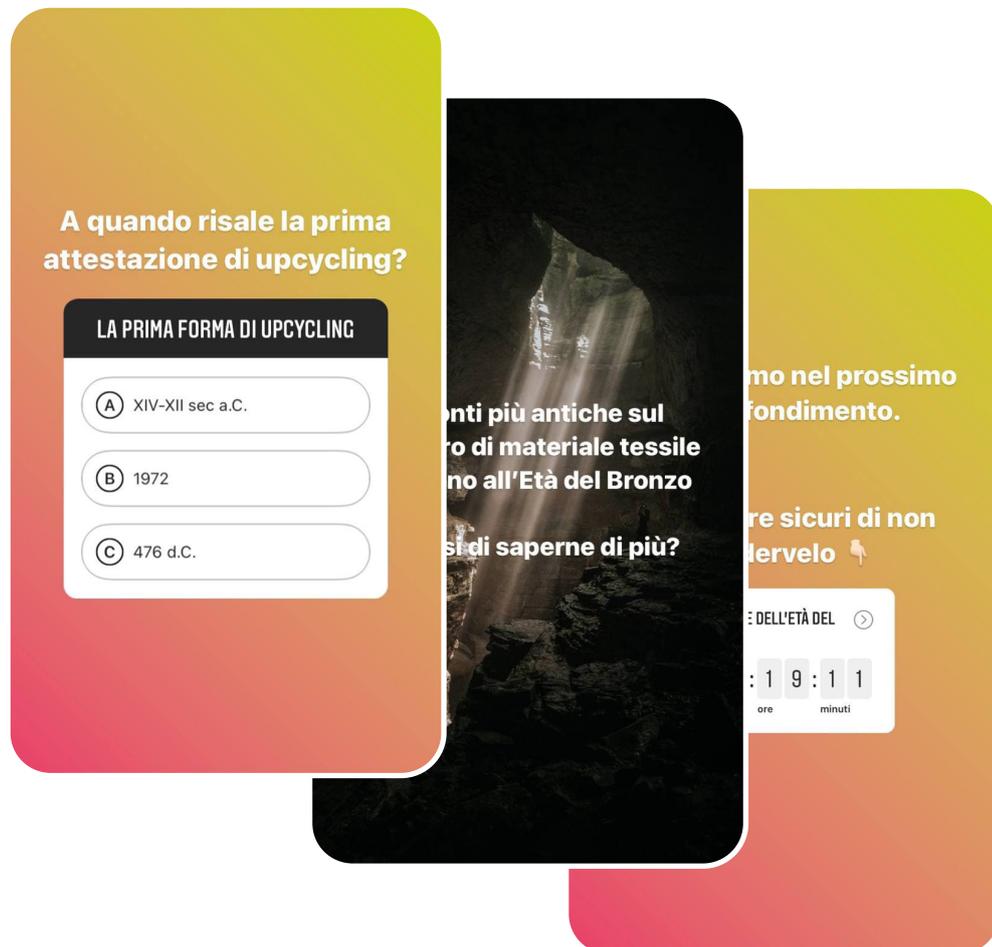
Ogni settimana, di lunedì, si racconterà una storia di upcycling, attingendo alla raccolta di case studies effettuata nei mesi di ricerca, o scegliendo di intervistare i brand e gli artisti che basano il loro business sul recupero creativo. L'obiettivo da raggiungere è quello di promuovere queste realtà, renderle maggiormente note ed ispirare nuovi creativi a seguire questo esempio.

TELEGRAM CHANNEL



Spesso per intraprendere un cambiamento che riguarda le proprie abitudini il confronto con altre persone che hanno fatto questa scelta può essere decisivo. Ecco perchè il supporto di un canale Telegram, esterno alla facciata di Instagram, potrebbe rivelarsi utile al fine di potenziare il senso di community e di rendere il contesto di dialogo più naturale.

SURVEYS, QUIZ, IG LIVE



Un altro potente mezzo da utilizzare per coinvolgere in modo attivo gli utenti è rappresentato da sondaggi e quiz che, accompagnati anche dall'impiego di dirette, aiutano nel rafforzamento dell'engagement. Inoltre, rendono leggera e piacevole la scoperta delle risposte e aiutano in fase di memorizzazione dei concetti proposti.

CONSIGLI PER LA FORMAZIONE



LAYOUT CONSIGLI PER LA FORMAZIONE



Per rendere più completa la formazione sul tema e promuovere lo sviluppo dell'upcycling e l'affermazione della moda sostenibile, si è pensato ad una rubrica dove consigliare libri, articoli, documentari, workshop, corsi di studio e tutto ciò che possa ampliare lo spettro di conoscenze relative a questo settore.

UPCYCLING COME LIFESTYLE



LAYOUT UPCYCLING COME LIFESTYLE



Cambiare le proprie abitudini, sebbene animati dai migliori propositi, può rivelarsi difficoltoso. Capire da cosa cominciare può richiedere molto tempo, pazienza ed informazioni. Per questo motivo, per semplificare questo passaggio, ci si propone di offrire consigli pratici o suggerire servizi utili per adottare soluzioni più sostenibili nella vita di tutti i giorni.

ORGANIZZAZIONE SETTIMANALE





CONCLUSIONI

Il lavoro di tesi è partito con lo studio delle condizioni in cui attualmente verte l'industria tessile. In particolare, tramite la lettura dei report pubblicati negli ultimi anni da diverse organizzazioni attive nel campo della sostenibilità nel settore moda, è stato possibile avere un'idea dello scenario di riferimento, dove chiarezza e trasparenza vengono meno, coprendo le implicazioni in problematiche ambientali, etiche e sociali.

Dalle analisi effettuate è emerso che la gestione dei rifiuti rappresenta una delle maggiori criticità e che la prevenzione sia l'approccio risolutivo più opportuno. Ma, nell'attesa che nuove tecnologie vengano ideate ed adottate dalla maggior parte dei produttori, l'upcycling tessile permette di allungare la vita dei prodotti scartati e, allo stesso tempo, educa ad una migliore gestione e valorizzazione delle risorse. Dunque, dopo un attento lavoro di ricerca ed approfondimento sul tema, si può concludere dicendo che, anziché aspettare immobili che il problema si risolva, è opportuno diffondere la conoscenza di questa tecnica e utilizzarla come innesco di una rivoluzione delle abitudini d'acquisto, per lo meno, tra le giovani generazioni.

Sicuramente, in futuro, il progredire della tecnologia consentirà di arrivare ad una soluzione effettiva, ma, nel mentre, è doveroso sensibilizzare l'utenza e cercare di contrastare l'aggravarsi delle circostanze il più possibile.

BIBLIOGRAFIA

Ainamo, A. (2014, Novembre) *Rethinking textile fashion: New Materiality, Smart Products, and Upcycling*. Swedish Design Research Journal.

Basyah, J. (2020, 17 Aprile). *See how Marine Serre brings discarded materials back to life. The designer's new video series reveals how she produced her spring/summer 2020 collection from scraps*. CR Fashion Book. Disponibile in: <https://www.crfashionbook.com/fashion/a32175751/marine-serre-regenerated-ss20/>

Blázquez, A. (2021, 26 Luglio). *Italy: willingness to spend more on sustainable products 2018*. Statista. Disponibile in: <https://www-statista-com.ezproxy.biblio.polito.it/statistics/949761/willingness-to-spend-more-on-sustainable-products-in-italy/>

Bibhudutta, B., Divyadarshan C. S. & Manmi, D. (2016). *Kaudi Making - Anegundi, Karnataka*. Disponibile in: <https://www.dsource.in/resource/kaudi-making-anegundi-karnataka>

Carter, M. (2003). *Fashion classics. From Carlyle to Barthes*. Berg.

Casadei, M. (2019, 26 Giugno). *Moda «second hand», è boom di rivendite grazie a Instagram e sostenibilità*. Ilsole24ore.

Disponibile in: https://www.ilsole24ore.com/art/moda-second-hand-e-boom-rivendite-grazie-instagram-e-sostenibilita-ACaDQRU?refresh_ce=1

Casadei, M. (2020, 15 Luglio). *Boom dell'usato, il Covid-19 traina le vendite tra sostenibilità e voglia di risparmiare. Crescita anche nel lusso dove il 62% dei clienti si dice interessato all'usato e il 70% vorrebbe che i grandi brand entrassero in campo.* Ilsole24ore. Disponibile in: https://www.ilsole24ore.com/art/second-hand-covid-19-traina-vendite-sostenibilita-e-voglia-risparmiare-AD32BJe?refresh_ce=1

Cavallo, A. (2020, 17 ottobre). *Il futuro della moda è l'usato? Si comprano sempre più abiti di seconda mano, e ora anche i marchi del lusso stanno cercando di fare affari in quel mercato.* Il post. Disponibile in: <https://www.ilpost.it/2020/10/17/abiti-usati-seconda-mano-lusso/>

Chan, E. (2021, 28 Gennaio). *Il 2021 è l'anno in cui la moda deve contrastare l'emergenza climatica. Ecco cosa ci aspettiamo di vedere.* Vogue. Disponibile in: <https://www.vogue.it/moda/article/tendenze-sostenibilita-ucycling-agricoltura-rigenerativa>

Columbro, D. (2017, 14 Agosto). *COMUNICAZIONE DIGITALE – La comunicazione digitale in Italia tra innovazione e ascolto della community.* Symbola. Disponibile in: <https://www.symbola.net/approfondimento/comunicazione-digitale-la-comunicazione-digitale-in-italia-tra-innovazione-e-ascolto-della-community/>

CorNaz. (2021, 12 Maggio). *I giovani preferiscono la moda di seconda mano. Secondo il report "It Takes Two" di Zalando il 90% dei giovani tra i 18 e i 24 anni preferisce la moda di seconda mano.* Corriere Nazionale. Disponibile in: <https://www.corrierenazionale.it/2021/05/12/giovani-preferiscono-moda-seconda-mano/>

Coppola, C., Vollero, A., Siano, A. (2020). *Consumer upcycling as emancipated self-production: Understanding motivations and identifying upcycler types.* Journal of Cleaner Production 285.

De Castro, O. (2021) *I vestiti che ami vivono a lungo. Riparare, riadattare e reindossare i tuoi abiti è una scelta rivoluzionaria.* Garzanti, Casa Editrice Corbaccio.

Deloitte. (2021). *The Deloitte Global 2021 Millennial and Gen Z*

Survey. Disponibile in: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

Dress The Change. (2019, 18 Luglio). *L'impatto ambientale e sociale dell'industria della moda*. Disponibile in: <https://dressthechange.org/limpatto-ambientale-e-sociale-dellindustria-della-moda/>

Elander, M., Ljungkvist, H. (2016) *Critical aspects in design for fiber-to-fiber recycling of textiles*. Mistra Future Fashion, IVL Swedish Environmental Research Institute.

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future*. Ellen MacArthur Foundation.

ENTeR - Expert Network on Textile Recycling. (2020). *Strategic Agenda on textile waste management and recycling*. Interreg.

Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles. Design journey*. Earthscan from routledge.

Foderi, A. (2019, 20 Novembre). "Upcycling" è la parola dell'anno del Cambridge Dictionary. Con un aumento esponenziale del suo utilizzo negli ultimi anni, "upcycling" – ovvero la creazione di oggetti con valore maggiore dei suoi materiali di partenza – ha conquistato l'istituzione dei dizionari. Wired. Disponibile in: https://www.wired.it/lifestyle/sostenibilita/2019/11/20/upcycling-parola-anno-2019-cambridge-dictionary/?refresh_ce=

Frajoli Gualdi, C. (2020, 6 Marzo). *L'industria della moda è la seconda industria più inquinante al mondo*. Disponibile in: <https://www.csroggi.org/lindustria-della-moda-e-la-seconda-industria-piu-inquinante-al-mondo/>

Gambi, S. (2020, 24 Aprile). *EP12: La magia dell'upcycling: trasformare gli scarti in qualcosa di unico*. Disponibile in: <https://www.solomodasostenibile.it/2020/04/24/ep12-la-magia-dellupcycling-trasformare-gli-scarti-in-qualcosa-di-unico/>

Gambi, S. (2021, 19 Marzo). *EP 33: Scarti di lavorazione e abiti invenduti: la rivoluzione della moda*. Disponibile in: https://www.solomodasostenibile.it/2021/03/19/scarti-di-lavorazione-abiti-invenduti-pre-consumer/?fbclid=IwAR1oRyTnB4z1--tzopp9J1V4hcX32qWzqNI3_9BHVRhUkqezpkdRePw-UgQ

Gambi, S. (2021, 10 Settembre). *L'opaca sostenibilità del poliestere*

riciclato. Disponibile in:

<https://www.solomodasostenibile.it/2021/09/10/sostenibilita-poliestere-riciclato/>

Gambi, S. (2021, 21 Ottobre). *La moda deve smettere di dare i numeri: il caso della disinformazione sul cotone*. Disponibile in:

<https://www.solomodasostenibile.it/2021/10/21/il-caso-della-disinformazione-nel-cotone/>

Giuliani, A. (2017, 18 Novembre). *Cenni storici sul mercato dell'usato in Italia*. Disponibile in:

<https://www.alessandrogiuliani.it/storia-mercato-usato>

Grömer, K. (2017). *Recycling of Textiles in Historic Contexts in Europe Case Studies from 1500 BC till 1500 AD*.

Guilbault, L. (2021, 27 Aprile). *LVMH's Latest Venture Is a Deadstock Fabric Platform*. Vogue. Disponibile in: <https://www.vogue.com/article/lvmh-deadstock-fabric-platform-nona-source>

House of wandering silk. (2016, 20 Settembre). *Upcycling as Art*.

Disponibile in: <https://www.wanderingsilk.org/post/2016/09/20/our-upcycling-process>

House of wandering silk. (2011). *Kantha - history. Kantha, making whole again that which was fragmented or broken*. Disponibile in:

<https://www.wanderingsilk.org/post/2016/09/20/our-upcycling-process>

Il Post Moda. (2020, 28 Gennaio). *Non è vero che la moda è la seconda industria più inquinante al mondo. La moda ha sicuramente un forte impatto ambientale: il problema è che i dati che circolano su questo tema sono infondati*. Il Post. Disponibile in:

<https://www.ilpost.it/2020/01/28/moda-sostenibile-debunking/>

Izzi, A. (2021, 23 Giugno). *"Fossil fashion": la dipendenza dell'industria della moda dai combustibili fossili*. Altreconomia. Disponibile in:

<https://altreconomia.it/fossil-fashion-la-dipendenza-dellindustria-della-moda-dai-combustibili-fossili/>

Kent, S. Amed, I. Young, R. & Crump, H. (A cura di) (2021). *The Sustainability Index 2021. How Fashion Measures Up*. The Business of Fashion.

La Repubblica. (2020, 18 Settembre). *Moda, "Fuori dall'ombra:*

"nessun brand paga salari dignitosi, tutti i numeri dello sfruttamento. Il report di Clean Clothes Campaign. Questionari inviati a 108 marchi e rivenditori di 14 Paesi. L'analisi delle buste paga di 490 lavoratori e lavoratrici di 19 stabilimenti in Cina, India, Indonesia, Ucraina e Croazia. La Repubblica. Disponibile in: https://www.repubblica.it/solidarieta/diritti-umani/2020/09/18/news/moda_fuori_dall_ombra_nessun_brand_paga_salari_dignitosi_tutti_i_numeri_dello_sfruttamento-267712080/

La Repubblica. (2021, 23 Aprile). *Bangladesh, Rana Plaza 8 anni dopo: quegli accordi sulla sicurezza sottoscritti, ma che non piacciono a tutti. Il 24 aprile del 2013 il peso dei numerosi macchinari delle imprese tessili fece crollare un edificio di 8 piani che ospitava migliaia di lavoratori: morirono 1.134 persone. Il ricordo della Campagna Abiti Puliti.* La Repubblica. Disponibile in: https://www.repubblica.it/solidarieta/diritti-umani/2021/04/23/news/bangladesh_rana_plaza_8_anni_dopo_a_un_passo_da_una_nuova_tragedia-297672327/

Lyst. (2020, 14 Maggio). *The 2020 Conscious Fashion Report.* Lyst. Disponibile in: <https://www.lyst.com/data/2020-conscious-fashion-report/>

Manzoni, G. (2021, 30 Marzo). *Dead White Man's Clothes: che fine fanno i vestiti che buttiamo via?* Sfashion-net. Disponibile in: <https://www.sfashion-net.it/2021/03/30/dead-white-mans-clothes-che-fine-fanno-i-vestiti-che-buttiamo-via/>

McCooley, N. (2017, 25 Settembre). *Going, going, Ge Ba.* Selvedge. Disponibile in: <https://www.selvedge.org/blogs/selvedge/going-going-ge-ba>

Medvedev, K. (2010). *Social Class and Clothing.* Lovetoknow. Disponibile in: <https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/social-class-clothing>

Mozzato, C. & Papini, M. (A cura di). (2021). *Protext! Quando il tessuto si fa manifesto.* Roma, NERO, Centro per l'arte contemporanea Luigi Pecci.

Olivieri, G. (2021, 31 Marzo). *LVMH, in vendita gli scarti di tessuto firmati Vuitton e Dior.* Vanity Fair. Disponibile in: <https://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2021/03/31/lvmh-scarti-tessuto-vuitton-dior-givenchy-sostenibilita-moda-economia->

circolare

Santoro, P.L. (2019, 13 Marzo). *Le Differenze Generazionali nell'Uso dei Social*. Data Media Hub. Disponibile in:

<http://www.datamediahub.it/2019/03/13/le-differenze-generazionali-nelluso-dei-social/#axzz76KXcSYaS>

Scarzella, P. (2021, 9 Marzo). *Le storie di quattro donne designer che recuperano gli abiti grazie a ricamo e rammendo*. Lifegate. Disponibile in: <https://www.lifegate.it/4-designer-ago-filo-e-futuro>

Sfashion-net. (2021, 1 Marzo). *Un giro nelle campagne immagine della moda slow*. Sfashion-net. Disponibile in: <https://www.sfashion-net.it/2021/03/01/un-giro-nelle-campagne-immagine-della-moda-slow/>

Shabandeh, M. (2021, 29 Marzo). *Sustainable fashion consumption in Italy - statistics & facts*. Statista

Slow Nature. (2020, 16 Aprile). *INDUSTRIA TESSILE, LA SECONDA PIÙ INQUINANTE AL MONDO*. Slow Nature. Disponibile in: <https://it.slownature.com/blog/moda-sostenibile/inquinamento-della-moda>

St. Clair, K. (2019). *La trama del mondo. I tessuti che hanno fatto la storia*. Utet.

Panunzi, M. (2020). *INQUINAMENTO DEL SETTORE TESSILE: I 5 MOTIVI CHE FORSE NON CONOSCEVI*. Ecolibrista. Disponibile in: <https://www.ecolibrista.it/inquinamento-settore-tessile/>

Parlamento Europeo. (2021, 16 febbraio). *L'impatto della produzione e dei rifiuti tessili sull'ambiente (infografica)*. Parlamento Europeo. Disponibile in: <https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20201208STO93327/l-impatto-della-produzione-e-dei-rifiuti-tessili-sull-ambiente-infografica>

Perinelli, C. (2021, 12 Giugno). *Rifiuti tessili, le cattive pratiche di noi occidentali*. Vestirelanatura. Disponibile in: <https://www.vestirelanatura.it/rifiuti-tessili/>

ThredUp. (2021). *2021 Fashion Resale Market and Trend Report*. thredUp. Disponibile in: <https://www.thredup.com/resale/#size-and-impact>

Treggiden, K. (2020). *Wasted. When trash becomes treasure*.

Ludion.

Ungaro, P. (2020, 2 Ottobre). *Che cosa è questo "upcycling" di cui si parla tanto nella moda. I sondaggi hanno rilevato che durante la pandemia, il 28% delle persone ha riciclato gli abiti e le statistiche hanno evidenziato, complice il lungo lockdown, un'impennata negli acquisti on-line.* AGI Agenzia Italiana. Disponibile in: <https://www.agi.it/blog-italia/culture/post/2020-10-02/upcycling-cosa-significa-come-funziona-9829664/>

Vicenzi, G. (2018). *L'abito non mente. Il ruolo dell'abbigliamento nel definire chi siamo, cosa facciamo e come pensiamo.* Foschi Editore.

Yeoman, E. (2020, 27 Giugno). *Upcycling through the ages. From Scarlet O'Hara's ingenuity to the Punk studded leather jackets of the 80s.* Hand & Lock. Disponibile in: <https://handembroidery.com/upcycling-through-the-ages/>