

storie



Intesa tra Deliveroo e Croce Rossa per contrastare la povertà alimentare

Riparte e si rafforza la collaborazione tra Deliveroo e Croce Rossa Italiana. Ha infatti preso il via la terza campagna di raccolta fondi che permetterà di donare, utilizzando la App di Deliveroo, arrotondando il conto al momento del pagamento. Le risorse raccolte, insieme ad una donazione diretta di Deliveroo, vengono trasferite alla Cri per il contrasto alla povertà alimentare e per dare sostegno alle persone e alle famiglie in condizione di disagio economico e sociale.

Si può fare innovazione sociale grazie a scampoli di tessuti preziosi, a macchine da cucire recuperate, a spilli e a carta-modelli? Si può rispondere alle richieste di integrazione sociale ed economica partendo da centinaia di pezzetti di kitenge, il suggestivo tessuto in cotone della tradizione Swahili, o del più celebre (in Europa) wax, nato in Indonesia ma arrivato in Africa seguendo strane e imprevedute rotte? Si sa a disegnare, tagliare, cucire, seghettare, martellare e verniciare sono le mani di chi ha attraversato il mare per non morire. Parliamo di rifugiati e rifugiate, migranti, richiedenti asilo che una volta imparato un mestiere o perfezionato abilità acquisite nei luoghi d'origine, sono diventati sarti, falegnami, fabbri, arrivando con il tempo a progettare intere collezioni di abiti fashion (mascherine comprese) e pezzi di design nonché a trasformarsi in produttori di innovazione sociale e ambientale, in creatori e "auto-gestori" di inclusione e solidarietà. Questo è quanto accade da anni a Treviso grazie ad un originale progetto chiamato "Talking Hands", ideato e sviluppato nel 2016 da Fabrizio Urettini, graphic designer, art director e attivista trevigiano per i diritti umani. "Talking Hands" ha saputo creare inediti networks relazionali capaci di abbattere ogni frontiera e di dare vita a vere e proprie comunità, a collaborazioni importanti con il tessuto imprenditoriale. L'esordio è avvenuto in un momento storico particolare, quando a Treviso, città a lungo governata dalla Lega, erano arrivati 2 mila immigrati, quasi tutti giovani al di sotto dei 28 anni, provenienti soprattutto dall'Africa Subsahariana, ospitati in centri di accoglienza allestiti all'interno di caserme dismesse. Vivevano in condizioni di inattività e marginalità, senza la possibilità di interagire con la popolazione, di apprendere la lingua e di svilup-



A Treviso un progetto di economia circolare avviato nel 2016 ha trasformato dei giovani rifugiati in sarti specializzati che producono pezzi unici con scampoli pregiati di tessuti africani tradizionali

INNOVAZIONE SOCIALE

Talking Hands: l'integrazione "cucita" a macchina

di Monica Zornetta



pare competenze utili ad un inserimento lavorativo. «Che cosa sapete fare? Che cosa vi piacerebbe fare da grandi?» Alle domande che ad un certo punto abbiamo loro rivolto hanno risposto in maniera diversa: c'era chi sapeva fare il falegname, chi il fabbro, chi possedeva rudimenti di sartoria – spiega Urettini -. Abbiamo allora cominciato ad investire per creare dei laboratori permanenti con annessi corsi di italiano e di alfabetizzazione di base, consolidando quello sartoriale per i minori rischi per la salute, le maggiori possibilità di inserimento professionale e la lunga tradizione che il tessile ha in questo territorio». Quasi tutti i futuri sarti (al principio una decina) sapevano cucire ma non avevano idea di come si usasse un cartamodello: a differenza di quanto avviene in Europa, nelle sartorie artigianali afri-

cane i capi vengono infatti cuciti sulla persona. Ad aiutarli ad impararne la funzione e l'utilizzo sono stati gli insegnanti di alcuni professionisti appassionati al progetto fin dal primo momento: lo stilista londinese Anthony Knight, docente di Modellistica presso il dipartimento di Design della moda allo Iuav di Venezia e le sarte e modelliste Camilla Grosso e Valeria Marchi. «Il passo successivo è stato l'avvio di una collaborazione con lo storico Lanificio Paoletti di Follina, in provincia di Treviso: assemblando i tessuti di pregio scartati dall'azienda per via delle loro dimensioni (troppo ridotte per essere impiegate) con i più famosi wax e con altre stoffe tradizionali africane, abbiamo realizzato i nostri pezzi unici – continua Urettini -. Si tratta di giacche, kimono, top, pantaloni, bluse, cappotti, panciotti dalle linee contemporanee e double face, confezionate con i tessuti che acquistiamo da un'azienda in Costa d'Avorio di cui conosciamo la serietà e l'attenzione verso i temi della sostenibilità sociale e ambientale. Da sempre, infatti, poniamo grande cura nei confronti della filiera dei materiali e alla loro tracciabilità: insistiamo molto sul recupero etico degli scarti e sul rispetto dei diritti dei lavoratori». A mano a mano che il progetto cresceva si è proceduto al recupero di macchine da cucire vecchie ma in buono stato e di altre attrezzature con le quali sono state pensate e sviluppate piccole produzioni; è stata avviata una partnership con il movimento culturale (quasi) tutto al fem-

minile "Wax Up Africa" di Ginevra e una sinergia, divenuta con il tempo una solida amicizia, con l'antropologa francese Anne Grossfily, consulente della maison Dior. Attualmente animato da un nucleo di quattro-cinque sarti e sarte a cui si uniscono di volta in volta stagisti, soprattutto provenienti dalla Scuola di design di Ginevra, e studenti, l'atelier sta affrontando sfide nuove e complesse come, ad esempio, la delicata questione della valutazione dell'impatto delle sue collezioni sull'ambiente e il perfezionamento della sua strategia commerciale. «Per capire quanta acqua consumiamo, quante materie prime riciclate o prodotte in maniera sostenibile usiamo, stiamo lavorando con una società di giovani ingegneri di Busto Arsizio, la Engineer3D; per quanto riguarda invece l'aspetto commerciale, pur continuando a dialogare con il mondo dell'equo e solidale, da tempo abbiamo deciso di imboccare un'altra strada», precisa il designer. «Abbiamo per questo aperto un e-commerce dove pratichiamo la vendita diretta delle nostre creazioni, così da evitare gli inevitabili rincari, anche del 130%, messi in atto dai negozi di abbigliamento, ma ci piacerebbe molto poter avere uno spazio fisico tutto nostro». Oggi, però c'è bisogno di nuovi investimenti, di attori che credano nel progetto e consentano il passaggio allo step successivo: la creazione di una cooperativa che renda possibile contrattualizzare i lavoratori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Si dice Lane Rossi, ma da sempre si scrive Lanerossi. La fabbrica del calore di lana sulla pelle degli italiani nasce nel 1817, fondata da Francesco Rossi, a Schio (Vicenza). Il boom arriva assai prima degli anni Sessanta del '900, grazie allo spirito pionieristico e avventuroso del figlio Alessandro, il quale prende il timone dell'azienda di famiglia, nel 1849, e inizia a viaggiare per tutta l'Europa, ma soprattutto apprende la lezione degli opifici tessili dell'Inghilterra e la fa sua. In un'Italia ancora assai arretrata a livello industriale, Alessandro Rossi comprende che il salto di qualità sta tutto nell'innovazione tecnologica e nell'organizzazione capillare dei reparti produttivi. Perciò a Schio parte il primo esempio di «azienda sociale». Una folgorazione pre-olivettiana che al fianco dello stabilimento dà vita a villaggi adibiti a residenza per i dipendenti con annessi istituti scolastici, asili, un teatro e lo splendido Giardino Jacquard che ancora oggi si può ammirare, posto dinanzi a quel gioiello di architettura industriale che è la Fabbrica Alta, incastonata nel cuore di Schio. «Prima della fidelizzazione del cliente, Lanerossi prestava particolare attenzione al rapporto di reciproca fedeltà con i suoi dipendenti, che per lavorare bene dovevano vivere nelle condizioni migliori», spiega Ennio Santagiuliana, general manager di Lanerossi che, nel 1987, è stata acquisita dal gruppo Marzotto. «Ma la storia umana e professionale di Alessandro Rossi (1819-1898) che fu anche deputato e senatore del Regno d'Italia, rappresenta il vero marchio di fabbrica ed è ancora molto sentita nel territorio – continua Santagiuliana -. E tutti noi ci ispiriamo con orgoglio ai precetti trasmessi dal fondatore». L'orgoglio e il calore di chi è stato giovane negli anni '50 e d'inverno indossava la ri-

Lanerossi, tutto il calore della prima «impresa sociale»

di Massimiliano Castellani

voluzionaria "thermomaglia". La Lanerossi da allora è entrata nelle case portando la sua vasta gamma di coperte, plaid, cuscini d'arredo, lenzuola, copripiumini e spugna. Una gamma di prodotti immessi sul mercato che rispondono anch'essi al credo storico di Alessandro Rossi: «Le migliori materie prime, la migliore tecnologia e i migliori artigiani per un prodotto di eccellenza assoluta». «La nostra è una produzione che segue la struttura industriale verticalizzata – spiega Santagiuliana –

Noi partiamo dalla fibra e arriviamo al prodotto finito governando tutta la filiera. In questo processo i nostri tecnici selezionano le migliori lane, i migliori cashmere, i cotonei e i lini della più alta qualità che poi vengono lavorati sui nostri impianti con cura artigianale, secondo accorgimenti che si tramandano da generazioni». Una tradizione che è basata su una storia di oltre 200 anni, custodita in un prezioso archivio che consente continui "ripescaggi" e tuffi nel grande mare del vintage rimettendo in circolo la stupenda Coperta Triennale del 1933, la Triennale '36 e la Coperta Ricordi con il celebre tema di design anni '70. Pubblicità e design da sempre caratterizzano il brand. Già nel 1958 Lanerossi si meritava la Palma d'Oro per la migliore campagna pubblicitaria dell'anno. Chiamati a coniare slogan, cartellonistica e spot per i media di allora erano eminenze grigie del settore come Armando Testa o il papà del Signor Bonaventura Sergio Tofano. Spote ed emozioni oggi viaggiano veloci nella rete e sui social. «Due anni fa abbiamo rinnovato completamente il nostro Sito e-commerce consentendoci un notevole sviluppo delle vendite on-line. E la settimana scorsa a Milano abbiamo aperto un Flagship Store (in Brera,

via Mercato 5) che vuole raccontare e rappresentare la nostra identità, la nostra visione dell'arredo casa e farla conoscere il più possibile anche alle nuove generazioni, le stesse che lavorano in tutti i settori della Lanerossi». Per un giovane degli anni '70 Lanerossi era sinonimo di calcio e dei biancorossi del Vicenza di "Pablito" Rossi, l'uomo che fece piangere il Brasile, l'eroe del Mundial dell'82. E poi del giovane "divin codino" Roberto Baggio che dallo stadio Menti, calciando rigori a 15 anni, iniziò la sua carriera da Pallone d'Oro. «Il secondo Pallone d'Oro del Lanerossi Vicenza assieme a Paolo Rossi – puntualizza Santagiuliana -. Di Pablito abbiamo appena rieditato la maglia storica di quel suo Vicenza che arrivò 2° dietro alla Juventus nella stagione 1977-'78 e stiamo producendo anche la copertina "biancorossa" segno del legame con l'azienda che per prima ha creduto nei valori dello sport e nel linguaggio universale del calcio». Oggi in cima alla scala valoriale di Lanerossi c'è la sostenibilità: «Per noi non è un trend, ma una filosofia di vita che abbiamo interpretato creando un'organizzazione che ci consente di recuperare tutti i materiali di sfido dell'intero ciclo produttivo. Per affrontare l'attuale "caro energia" abbiamo creato "Wool Energy", un set di 2 coperte a pesi differenziati che creano una camera d'aria e offrono la migliore copertura letto possibile con un grande confort termico. Possiamo vantarci di aver sempre realizzato un prodotto naturale con fibre rinnovabili e oggi abbiamo sposato i concetti della Circular Economy creando una linea di prodotti Lanerossi Green Label. Per noi – conclude Santagiuliana – "il bello e l'utile" viaggiano sempre di pari passo, con la passione, che si rigenera continuamente da oltre due secoli».



La Lanerossi è nata nel 1817 a Schio (Vicenza)