

Moda24 Speciale Moda Donna

Sostenibilità, condividere è il nuovo paradigma

I nuovi designer di Its. I progetti del concorso di Trieste, alla 20esima edizione, dimostrano che la competitività è obsoleta e il mondo è multipolare

Chiara Beghelli

Sono i più difficili, anche perché rari in società dall'età media sempre più alta, e i più preziosi. I marchi li corteggiano, cercando di capirli e conquistarli, facendo leva sulla loro convinta preferenza per tutto ciò che è etico e sostenibile. Un'attitudine che è ancor più evidente e diventa davvero dirompente quando loro, i Millennials e la Generazione Z, passano dall'altra parte, e diventano creativi, produttori, autori. È quello che è emerso chiaramente dai progetti finalisti della ventesima edizione dell'Its Contest, un concorso per giovani talenti della moda fondato e organizzato da Barbara Franchin a Trieste, piattaforma di selezione e lancio di designer ai quali si chiede di essere dirompenti.

124 portfolio giunti alla finale del

Bioplastiche, tecniche di popoli a rischio di estinzione, riflessioni sul gender nelle collezioni dei giovani talenti

10 settembre, proposti da ragazze e ragazzi tutti giovanissimi e provenienti da 14 nazioni, erano attraversati dalla medesima tensione verso una rivoluzione profonda ma gentile del paradigma dell'industria della moda: il loro afflato sostenibile è passato dall'uso di materiali organici, dall'upcycling, ma anche dallo studio di culture a rischio estinzione e l'interpretazione dei possibili sviluppi sul fronte del genere. Per questo il patrimonio ventennale di Its, - che fra i suoi 630 finalisti complessivi ha scovato anche Demna, mente di Balenciaga, e Matthieu Blazy, direttore creativo di Bottega Veneta -, è una miniera di idee, che dal 2023 sarà finalmente accessibile al pubblico nelle sale del nuovo archivio, allestite magistralmente da Olivier Saillard, già curatore del Palais Galliera, il museo della moda di Parigi.

ITS ACADEMY

Uno spazio-miniera di idee

Aprirà al pubblico nel marzo 2023, ma ha offerto già una sua preview nei giorni del concorso, lo spazio Its Academy, nel cuore di Trieste: un archivio-museo ma anche un hub di creatività, dove sono raccolti i 14.758 portfolio ricevuti da Its nel corso di 20 anni di attività, oltre a 1.079 creazioni di moda e circa 300 fra accessori e gioielli. Il sofisticato allestimento è stato firmato da Olivier Saillard e offre la possibilità di ammirare da vicino alcuni dei primi lavori di nomi oggi affermati come Richard Quinn e Matthieu Blazy. Presto Its pubblicherà anche il suo programma di laboratori e attività aperti ad addetti ai lavori, appassionati ma anche ai bambini.

<https://itsweb.org/its-academy>

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fra le più interessanti esplorazioni in tema di sostenibilità c'è stata quella del britannico Charlie Constantinou, vincitore dell'Its Arcademy Awards con capi e accessori dove le antiche tecniche per difendersi dal freddo degli Inuit hanno incontrato la necessaria versatilità contemporanea, che consente a un pantalone di essere indossato tutto l'anno; Mata Durikovic, vincitrice del premio della Media Jury, ha ripreso una tecnica della nonna per dar vita a una bioplastica a partire dall'acqua di cottura delle patate, un materiale versatile e resistente da tingere con coloranti alimentari e del tutto edibile; e si disciolgono nell'acqua i pezzi di Eva Heugenhauser (vincitrice del riconoscimento di Vogue Italia), a base di acqua, gelatina e glicerina, invitando alla riflessione su cosa sia il vero lusso, qualcosa di eterno o che vive solo poche ore.

«I giovani designer non hanno come obiettivo solo la crescita del prodotto, ma anche quella del cuore, del benessere - nota Orsola de Castro, membro della giuria internazionale di Trieste e nome di riferimento per chiunque si occupi di moda sostenibile, con il progetto Fashion Revolution e oggi la piattaforma Esthetica - . Tramite i loro occhi dobbiamo cambiare paradigma, considerando la moda sostenibile un movimento innovativo dall'origine, che non c'entra nulla con quello che abbiamo finora conosciuto. Va cercata in un mondo policulturale, e non più adagiato sull'occidente, anche dal punto di vista estetico. Multipolarità che vuol dire anche fine della competizione a favore della condivisione di soluzioni e pratiche, passare cioè da un approccio b2b a b4b, inteso come business for business».

«Nell'industria si ragiona ancora troppe volte seguendo logiche competitive, il contrario della sostenibilità - concorda Andrea Rosso, sustainability ambassador del gruppo Otb, anche lui nella giuria di Its 2022 - : se un fornitore ha messo a punto qualcosa di innovativo che può far bene all'industria deve dividerlo, perché i vantaggi saranno per tutti. Nella filiera l'innovazione dei processi deve fluire, la circolarità deve riguardare anche le idee. La tecnica ha oggi un valore simile a quello delle creatività». Nel luglio 2021 Otb ha lanciato la sua strategia di sostenibilità, con cui punta alla neutralità entro il 2030: «Gli anni della pandemia hanno accelerato il nostro impegno - prosegue Rosso - e noi stiamo investendo anche assumendo nuove risorse. Certo, devi stare molto attento alla filiera, soprattutto se come noi non produci in Italia. Ma le aziende devono promuovere un cambio di mentalità nei Paesi dove fino a poco tempo fa i rifiuti tessili venivano considerati qualcosa da smaltire e non una risorsa». Saper vedere oltre quello che si conosce è stata sempre la sfida della creatività. Che oggi si arricchisce di responsabilità grazie a giovani occhi e giovani mani.



Visione e talento. A destra, Barbara Franchin, fondatrice di Its, con Demna, direttore creativo di Balenciaga e vincitore nel 2004. Sotto, a destra, le creazioni neofemministe di Tatjana Haupt; a sinistra, il progetto di Yudai e Anna Tanaka, che interpreta il piumino (con piume riciclate) in modo ludico



Allegre. Nuovo modello di borsa della linea Return to nature (con charm)

Le borse in pelle biodegradabile, il sogno di Anya diventato realtà

Da Londra a Firenze
Solo da LuisaViaRoma

Giulia Crivelli

Anya Hindmarch non è solo una delle più famose stiliste-imprenditrici del Regno Unito. O meglio: lo è perché è una persona visionaria, che ha creato il suo marchio e la sua azienda poco più che diciottenne e da allora ha percorso i tempi della moda per molte ragioni e in diversi campi, dalla sostenibilità al retail. Uno dei progetti più recenti si chiama *Return to nature*, una collezione di borse e accessori frutto di una ricerca durata anni sulla pelle, per arrivare a un tipo che fosse, di fatto, biodegradabile.

«Dopo tutto il lavoro fatto sul progetto *I am not a plastic bag* e su quello successivo, *I am a plastic bag*, che avevano come obiettivo di evitare di riempire ulteriormente le discariche, mi è venuta voglia di disegnare e creare qualcosa che non sarebbe mai finito in una discarica», racconta Anya Hindmarch, che nel

La designer è da sempre in prima linea per rendere la moda e chi la segue più responsabile e attenta all'ambiente

2021, compiuti 50 anni, ha raccontato la sua storia nel libro *When in doubt, wash your hair*, diventato un best seller nel suo Paese e negli Stati Uniti. I due progetti del passato hanno avuto un grande successo: il primo era una borsa in tela nata per disincantare l'uso dei sacchetti di plastica, il secondo è diventato una linea a sé del marchio, che comprende borse, piccola pelletteria e altri accessori in plastica riciclata.

Al contrario dell'autobiografia, purtroppo non (ancora?) tradotta in italiano, la linea *Return to nature*, che si va arricchendo di stagione in stagione di nuovi modelli, ha trovato il partner ideale, nel nostro Paese, in LuisaViaRoma, l'insegna di Firenze che ha saputo trasformarsi da negozio fisico a piattaforma integrata di vendita di moda e design ed è attentissima ai temi della sostenibilità ambientale e sociale, con progetti che spaziano dalla tutela dell'acqua all'empowerment femminile. La collezione sarà in vendita in esclusiva per l'Italia da LuisaViaRoma, online su matchesfashion.com e dal 20 ottobre in uno spazio ad hoc a Londra, all'interno di un alto progetto di Anya, «The Village». Inaugurato il 17 maggio 2021, appena dopo la fase più dura del Covid e dei lockdown, si tratta di un "puzzle" di punti vendita, che offrono borse, accessori, abbigliamento, ma sono affiancati da pop up o veri e propri negozi, dal parrucchiere alla gelateria.

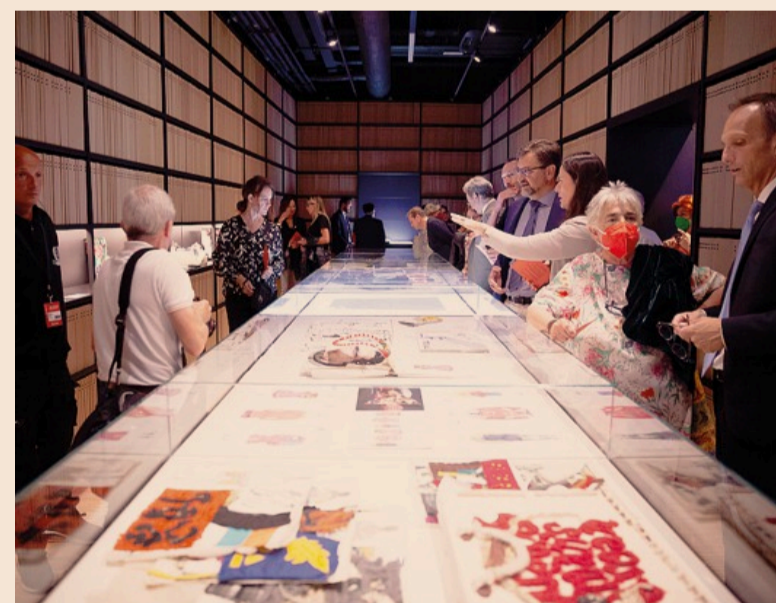
Per il progetto *Return to nature*, Anya Hindmarch si è ispirata e ha collaborato con Arizona Muse, modella, attivista per l'ambiente da molti anni (nonostante ne abbia poco più di 30) e consulente per la sostenibilità di molti marchi della moda. Parte del ricavato dalla vendita delle borse e accessori della collezione in pelle biodegradabile sarà devoluto a Dirt, la onlus fondata da Arizona Muse nel 2021, che si occupa di rigenerare terreni in tutto il mondo.

<https://eu.anyahindmarch.com/collections/return-to-nature>

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ricerca. Sotto, a sinistra, creazione di Charlie Constantinou, vincitore dell'edizione 2022, che riprende tecniche Inuit; a destra, look di Mata Durikovic, che lavora con bioplastiche e materiali di recupero



Innovazione. Sopra, un look della collezione di Eva Heugenhauser, che usa materiali solubili in acqua. A destra, una sala dell'Its Arcademy, spazio che custodisce le creazioni dei partecipanti. Qui a destra, un momento della finale del 10 settembre a Trieste

© RIPRODUZIONE RISERVATA