

DESIGN LIFESTYLE®

# DRESSING THE FUTURE

L'evento targato **IDI** a Milano

# | INDICE

<b>Enzo Dal Verme</b> L'arte del ritratto tra empatia e consapevolezza.	6
<b>Michela Loberto</b> Il sogno sartoriale che diventa racconto.	14
<b>Helmut Newton</b> La rivoluzione del linguaggio della moda attraverso la fotografia.	18
<b>Il trucco di Mina</b> La firma inconfondibile di Stefano Anselmo.	20
<b>Dal cemento al verde</b> Il design urbano secondo Respyre.	22
<b>Carlo Ratti</b> Il coraggio di immaginare in una conversazione sulla città che verrà.	24
<b>R-I-S-P-E-T-T-A</b> Claudia Rordorf fonde arte e design in nome dell'empowerment femminile.	28
<b>Dressing the Future 2025</b> a Milano il design diventa etico, condiviso e multidisciplinare.	32
<b>Oltre la forma</b> La rivoluzione silenziosa di Laurent Barnavon.	38
<b>Bodyscape</b> Il corpo come paesaggio nel lavoro di Carlo Galli.	40
<b>Tracciare il futuro della moda</b> Marco Piu porta a Milano la sua visione di sostenibilità misurabile.	44

<b>Caterina Mazzei</b>	<b>48</b>
Visioni, strategie e futuro sostenibile della moda italiana.	
<b>verso un'economia circolare</b>	<b>50</b>
Il ruolo delle certificazioni secondo Paolo Foglia.	
<b>Aurora Magni</b>	<b>52</b>
Il dialogo interdisciplinare sulla trasformazione della moda italiana.	
<b>HUMANA PEOPLE TO PEOPLE</b>	<b>54</b>
Il futuro della moda sostenibile secondo Alfio Fontana.	
<b>Indossare l'Anima</b>	<b>56</b>
L'arte condivisa di Sarah Bowyer.	
<b>Fili che Resistono</b>	<b>60</b>
La rivoluzione dolce di Zoe Romano.	
<b>Sara Conforti Hòfer</b>	<b>64</b>
L'arte relazionale tra abiti, comunità e sostenibilità poetica.	
<b>L'arte della cura</b>	<b>68</b>
Una conversazione con Cristina Mandelli.	
<b>La Moda che include</b>	<b>70</b>
Il percorso di Luisa Della Morte tra etica, bellezza e empowerment delle fragilità.	

“ La moda non è un qualcosa che esiste solo sotto  
forma di abiti. La moda è nel cielo, nelle strade,  
la moda ha a che fare con le idee, il modo in cui  
viviamo, ciò che accade. ”

**- Coco Chanel -**

# QUANDO IL FUTURO SI INDOSSA E SI RACCONTA

Milano diventa un laboratorio vivo dove nuovi talenti e professionisti danno un nuovo significato al Made in Italy.



*a cura di Nicola Carbonara*

Nel design esiste un punto preciso, sottile, quasi impercettibile, in cui il futuro smette di essere un'ipotesi e diventa materia da modellare, un momento in cui un'idea smette di restare appesa all'orizzonte e trova finalmente un corpo, un ritmo, un gesto. Ed è proprio in quel preciso momento che nasce Dressing the Future.

Non una mostra, non è un evento incastrato nell'agenda frenetica di Milano. Dressing the Future è un atto, una dichiarazione di intenzione. Un modo per ricordarci che il futuro non va previsto, ma costruito; non va osservato da lontano, ma indossato, abitato, attraversato.

Italian Design Institute ha scelto un luogo che parla già da sé: Cascina Cuccagna. Uno spazio che da anni raccoglie sperimentazioni, comunità creative, piccoli e grandi tentativi di immaginare nuove forme di vivere il progetto. Qui, per un giorno, tutto si mescola senza chiedere permesso: arte, formazione, industria culturale, ricerca.

E Milano non fa da sfondo. Milano è l'impasto.

Una città che muta con la stessa naturalezza con cui la moda cambia stagione, e che continua, a modo suo e spesso con una generosità sottovalutata, a ridefinire cosa significhi davvero "Made in Italy". Perché oggi non basta più parlare di qualità, bisogna parlare di senso, di impatto, di visioni che resistono alla velocità con cui tutto sembra svanire.

Il cuore di Dressing the Future è stato nelle voci che lo hanno abitato: studenti e studentesse che hanno portato opere, installazioni, performance che si sono immerse nel dialogo che questo appuntamento ha creato.

In perfetta sintonia con la mission di IDI, che da anni lavora per formare menti capaci di guidare una trasformazione culturale e non semplici esecutori, Dressing The Future ha portato a Milano il confronto tra il mondo accademico, designer, istituzioni e progettisti sul Made in Italy.

Lasciando perdere la retorica dell'eccellenza e con una precisa assunzione di responsabilità: filiera trasparente, materiali consapevoli, processi etici, perchè siamo ad un punto decisivo della nostra storia, in cui anche la creatività deve essere un gesto politico quotidiano.

È per questo che Dressing the Future ha dato ampio spazio alla sostenibilità autentica (non cosmetica), alla innovazione sociale, al design come spazio di consapevolezza e come strumento di cambiamento.

Workshop aperti alla città, installazioni ibride, un talk con professionisti, ricercatori, artisti. Il tutto per tornare sempre alla stessa, inevitabile domanda: che futuro siamo disposti a indossare?

La risposta non arriva da chi guida, ma da chi inizia.

Dall'energia dei giovani, da docenti che continuano a scommettere sul potere del progetto, da istituzioni che scelgono di anticipare i tempi invece di rincorrerli.

Il futuro non è una fantasia. È un progetto.

E riguarda tutti.

Dressing the Future è tutto questo e forse tanto di più: un modo diverso di pensare al design, non come espressione estetica, ma come dispositivo capace di cambiare prospettive, comportamenti, immaginari. Un prototipo di ciò che potremmo diventare.

E la domanda finale resta sospesa, come un invito: *siamo davvero pronti a indossare il futuro che immaginiamo?*

# ENZO DAL VERME

## L'arte del ritratto tra empatia e consapevolezza.

a cura di Carmela Loragno

Fotografo di ritratti, moda e reportage, Enzo Dal Verme da oltre vent'anni racconta il mondo attraverso il suo obiettivo con una sensibilità che intreccia estetica, narrazione ed etica. Le sue immagini sono apparse su testate internazionali come Vanity Fair, L'Uomo Vogue, The Times, Marie Claire, GQ, e ha collaborato con marchi come Benetton, Mac Cosmetics, Ryanair.

La sua cifra stilistica non risiede soltanto nell'eleganza delle composizioni o nella forza visiva, ma nella capacità di creare connessioni autentiche con i soggetti, siano essi celebrità iconiche, persone comuni o realtà sociali poco raccontate. Nei suoi lavori, l'empatia diventa un linguaggio e la fotografia un ponte che unisce mondi diversi: dall'intimità di un ritratto alla potenza di un reportage, fino all'impegno civile per i diritti degli animali e per una comunicazione più consapevole.

Docente e autore di libri come *Storytelling for Photojournalists* e *Marketing per Fotografi*, Enzo Dal Verme continua a esplorare il potenziale delle immagini non solo come strumenti estetici, ma come veicoli di cambiamento e consapevolezza. In questa intervista, ci racconta la sua visione, i momenti chiave della sua carriera e le sfide del futuro della fotografia.

**Hai da oltre 20 anni un percorso ricco tra ritratto, moda e reportage, con pubblicazioni su Vanity Fair, L'Uomo Vogue, The Times, Marie Claire, GQ...**

**Qual è stato per te il momento / progetto più significativo che ha segnato una svolta nella tua carriera?**

Ci sono state varie occasioni che hanno segnato la mia carriera, come una copertina o un lavoro particolarmente importante. Sono soddisfazioni che motivano.

Però i momenti che considero davvero svolte sono passati quasi inosservati. Penso, per esempio, a quando un gallerista ha visto il mio portfolio e poi mi ha spiazzato chiedendomi: "Ora mostrami i tuoi progetti personali". Io ero abituato a fotografare solo per pubblicare. Come avrei fotografato senza i limiti che mi davano i miei clienti? È stata una sfida stimolante.



**Sul tuo sito scrivi: "Il ritratto è la specialità che preferisco in fotografia. Ogni volta che fotografo qualcuno, finisco per conoscere un po' meglio anche me stesso". Cosa intendi esattamente?**

Scattando dei ritratti, devo confrontarmi con l'atteggiamento e l'umore di chi ho davanti.

Alcuni si sentono a disagio con una macchina fotografica puntata addosso, altri adorano tutta quell'attenzione. C'è chi si mette a fare facce buffe per nascondere l'imbarazzo, chi rimane imbambolato, chi mi dice come fotografare.

Ci sono persone simpatiche, arroganti, timide...

A volte mi riconosco in un atteggiamento che vedo in chi fotografo, altre volte sono incuriosito da qualcosa di cui non ho esperienza. Per me non è solo importante fare attenzione a cosa vedo nel soggetto, ma anche all'effetto

che ha su di me. In alcuni casi mi entusiasmo, altre volte non vedo l'ora di avere finito. Come mai? È questa osservazione – non solo di chi è davanti al mio obiettivo, ma anche di me stesso – che mi dà l'opportunità di conoscermi un po' meglio ogni volta che scatto un ritratto.

**Hai fotografato personalità come Donatella Versace, Laetitia Casta, Marina Abramović, Bianca Jagger, Wim Wenders. Come ti prepari quando il soggetto è una celebrità? Quanto incide il tuo approccio empatico nel restituire autenticità?**

Fotografando una celebrità non si fotografa solo una persona, ma anche un brand e tutto ciò che rappresenta. È normale che siano molto attenti alla propria immagine e io non voglio tradire la fiducia che mi stanno dando. Generalmente, prima dell'incontro mi informo sulle loro vicende e sui loro gusti. Può essere utile per dire qualcosa al momento giusto. Scattando, faccio di tutto perché si sentano a proprio agio, uso toni e gesti rassicuranti e cerco di essere veloce: spesso sono impazienti. L'autenticità è difficile da trovare nelle persone molto abituate a farsi fotografare perché tendono ad assumere sempre le stesse posizioni, mostrare il tre quarti migliore, sfoggiare l'espressione che sanno venire bene. Io cerco di percepire il loro stato d'animo: cosa posso sottolineare nelle immagini? Pur rispettando la loro identità pubblica, preferisco evitare espressioni stereotipate.

**Come ottieni quel risultato?**

A volte dico o faccio qualcosa che disorienta il soggetto, lo destabilizza e lo distrae dalla maschera sociale. Quando vedo che l'espressione diventa più trasparente, scatto. È una cosa che faccio non solo con le celebrità, ma con loro è particolarmente importante per evitare di fotografare ciò che è stato già visto mille volte. Tra iconici e volti meno noti, come moduli il tuo stile per adattarti a personalità così diverse senza perderne l'essenza? Lo stile è determinato dal mio modo di osservare la realtà e di utilizzare la macchina fotografica, nonché dalle esigenze dettate dall'utilizzo che verrà fatto delle foto. Ma fino a un certo punto. Per me è importante essere molto presente e lasciare che sia la situazione a suggerirmi come scattare. Mi è capitato di avere immaginato di fare un certo tipo di foto per poi rendermi conto che sarebbe stato meglio prendere un'altra strada. Ci sono tante variabili: la luce, la location, il tempo che abbiamo a disposizione, l'umore dei presenti, oltre – naturalmente - agli imprevisti! Di tutti gli "ingredienti", comunque, il più importante è la mia capacità di connettermi con chi sto fotografando. In uno scatto non pretendo di riassumere la complessità di un essere umano, posso – però – sottolineare qualcosa che intuisco e che il soggetto mi lascia vedere.

**Oltre al ritratto, hai realizzato reportage pubblicati su testate internazionali. Come differisce il tuo approccio tra servizi moda e reportage più documentaristici?**

Quando fotografo la moda, costruisco una immagine che nasce dalla mia fantasia e dalla collaborazione con gli altri professionisti sul set. Con l'aiuto di trucco, styling, luci e ritocchi, prende forma qualcosa che non esiste. È la materializzazione di un'idea. Ogni foto ha un suo proprio equilibrio e l'insieme delle immagini suggerirà uno stile e anche uno stato d'animo. Spesso i servizi di moda si progettano come la sceneggiatura di un film e contengono una piccola storia. Mostrano una realtà idealizzata a cui aspirare.

Quando fotografo reportage, invece, documento ciò che esiste.

Naturalmente, ci sono mille modi di fotografare la stessa cosa e, inevitabilmente, lo stesso soggetto trattato da due fotografi mostrerà aspetti diversi di quella realtà. Accade perché ogni fotografo (e ogni essere umano) è attratto da cose diverse.

Quando si documentano delle situazioni difficili, per esempio, molti fotografi si concentrano sul mostrare le ingiustizie e le violenze. È un lavoro importantissimo che considero sacro.

Io, però, cerco sempre di puntare il mio obiettivo sulle soluzioni piuttosto che sui problemi. Mi piace pensare che le mie foto potrebbero ispirare chi le vedrà a sostenere un progetto o, magari, a replicarlo.



**Hai collaborato con marchi commerciali come Benetton, Mac Cosmetics, Ryanair. Quali sfide creative offrono i progetti commerciali rispetto a quelli editoriali?**

Personalmente, preferisco lavorare per l'editoria, anche se il lavoro è molto diminuito: tante riviste hanno chiuso, altre diventano sempre più sottili e i budget si sono ristretti incredibilmente.

Quando fotografi per l'editoria, devi rispettare il taglio della rivista che pubblicherà. In linea di massima, però, c'è molta più libertà rispetto alle foto commerciali dove devi seguire delle linee guida ferree e le indicazioni degli art director. A volte, la sfida è... riuscire ad essere creativi nonostante tutte le pressioni!

Ci sono anche clienti commerciali che si affidano alla tua esperienza e sono quelli con cui mi fa più piacere lavorare. È una collaborazione, non solo una esecuzione.

Se il cliente capisce la tua preparazione, si fida e ti lascia più libero. Questo vale anche per altre declinazioni del mestiere di fotografo, per esempio quando si tratta di documentare il lavoro di una ONG, oppure creare materiale promozionale per strutture alberghiere, fare ritratti privati, scattare immagini industriali o fotografare ricette. Un fotografo, oggi, deve continuamente rinnovarsi, trovare nuovi ambiti e nuove nicchie. Questa sì che è una sfida creativa!

**Hai ideato iniziative in difesa dei diritti degli animali coinvolgendo Madonna, Paul McCartney, Zeffirelli, Kim Basinger. Puoi raccontarci questa esperienza?**

È successo molto tempo fa quando le associazioni animaliste in Italia erano essenzialmente concentrate ad organizzare proteste.

Protestare era sicuramente importante, nello stesso

tempo mi sembrava che sarebbe stato più efficace fare arrivare al pubblico il messaggio in modo autorevole e attraverso canali ufficiali e personaggi conosciuti.

La mia esperienza nel mondo della moda e della pubblicità fu molto utile. Non era stato facile dare a Madonna le magliette anti-pellicce e quando le indossò in un suo film e - più volte - facendo jogging, l'impatto fu grande.

Oltre a sensibilizzare i suoi fan, la vendita delle T-shirts aiutò a finanziare campagne anti-pellicce in tutto il mondo. Paul e Linda McCartney firmarono l'introduzione di un libro su design e moda "cruelty-free", Kim Basinger fu la testimonial di un video e Zeffirelli, su mio suggerimento, si pentì pubblicamente per avere girato la pubblicità di una pellicceria.

Oltre a coinvolgere personaggi famosi, avevo anche fatto molta attenzione al linguaggio visivo che doveva essere accattivante e coinvolgente. Siamo bombardati quotidianamente da messaggi di ogni tipo e per comunicare in modo efficace - che si tratti di una causa sociale o di un annuncio commerciale - è fondamentale sapere conquistare l'attenzione e convogliare un messaggio in modo chiaro e d'impatto.

Quando l'ho fatto io si trattava di qualcosa di molto nuovo, non come adesso che - fortunatamente - è frequente vedere le celebrità schierarsi pubblicamente a sostegno di qualche causa sociale e il livello della comunicazione visiva si è molto alzato anche nel settore no-profit.

**Come credi che la fotografia possa essere uno strumento efficace nel sensibilizzare su temi etici e sociali?**

La fotografia è un linguaggio e può servire a fare riflettere, a educare, a sensibilizzare. Bisogna, naturalmente, sapersi



# VISUAL

esprimere nel modo appropriato per farsi comprendere da chi guarderà quelle immagini. Io sono riuscito a condividere sulle pagine di giornali di moda delle storie che non sarebbero mai state pubblicate se non avessi affrontato quegli argomenti con un taglio adeguato. Mi piace sapere che migliaia di lettori sono venuti a conoscenza di qualche progetto sociale grazie ai miei reportage pubblicati sulle pagine patinate tra un rossetto e un paio di scarpe. Il mio spirito un po' sovversivo riesce ad esprimersi proprio perché conosco il linguaggio più adatto. E poi ci sono esempi di fotografi che hanno utilizzato benissimo il linguaggio delle immagini per dare un contributo su alcuni temi sociali. Uno che ammiro è Platon, fotografo britannico di origine greche.

La sua collaborazione fissa con la rivista George gli ha permesso di ritrarre celebrità, presidenti e molte personalità.

Parallelamente, si è occupato di dare visibilità ai meno fortunati, a chi si batte per i diritti civili e i diritti umani.

Le sue immagini – anche in video - sono notevoli.

**Sei docente nel Master per photo editor visual storyteller "Comunicare con le Immagini" — quali competenze ritieni essenziali per chi si avvicina oggi al mondo della fotografia professionale?**

Il master si rivolge a chi utilizza le immagini (sue o di altri) per comunicare. Dunque, non solo a fotografi, ma a tutti coloro per cui è importante conoscere il linguaggio visivo da utilizzare per esprimersi e diffondere un messaggio. Che si tratti di realizzare un dépliant turistico, un servizio di moda o un catalogo commerciale, è fondamentale conoscere i meccanismi che rendono una immagine appropriata ed efficace. Per illustrare una intervista occorre fare attenzione ad alcune cose, per comunicare

sui social media ci sono altre priorità. Raccontare una storia per immagini in modo chiaro e interessante implica la conoscenza di molte variabili e anche illustrare un prodotto non è così scontato.

Imparare grammatica e sintassi della comunicazione visiva, aiuta ad essere più efficienti e incisivi. Con me, nel master, insegnano altri professionisti della comunicazione per immagini di grande esperienza e insieme riusciamo a dare agli studenti un panorama ampio ed approfondito sulle diverse sfaccettature: dall'importanza dello styling alle questioni legali, dalla grafica che valorizza le immagini alla costruzione di una sequenza, alle diverse strutture dello storytelling. È un corso molto completo che mi sarebbe piaciuto frequentare all'inizio della mia carriera, ma non esisteva.

**Quanto è importante per te la formazione? Ha ancora valore oggi?**

La formazione è fondamentale, io per primo continuo a studiare, leggere, informarmi. Cerco di capire le nuove possibilità e i nuovi linguaggi.

Aver lavorato con le più importanti testate e con tanti photo-editor, art-director, direttori e caporedattori è stata una scuola straordinaria. Ad ogni lavoro le loro critiche e i loro consigli mi hanno aiutato a crescere.

Le redazioni erano un luogo incredibile dove convergevano notizie, idee, collaboratori, si discutevano nuovi servizi da realizzare, si lavorava insieme e si imparava continuamente. Adesso le cose sono cambiate: un fotografo non visita più di persona una redazione per mostrare il suo portfolio e per proporre delle idee da realizzare, oppure per fare vedere un reportage già fatto e suggerirne la pubblicazione. Manda una mail sperando che qualcuno la apra.



# STORYTELLING

Le relazioni umane si stanno perdendo. Molti lavorano da casa, spesso tutto accade per e-mail e, quando va bene, per telefono.

Il che implica che ci sono molte meno possibilità di imparare lavorando insieme. Eppure, mai come ora formarsi è rimanere aggiornati è stato così importante per essere competitivi sul mercato. Abbiamo tante possibilità: corsi, libri, tutorial, articoli, podcast... L'importante è rimanere curiosi.

### **Quali consigli daresti ai tuoi allievi che sognano una carriera come la tua?**

Prima di tutto, li metterei in guardia: attenti a cosa desiderate!

Quando si racconta la mia carriera, in genere si tralascia il capitolo "sangue, sudore e lacrime" e posso assicurare che è una grossa fetta di ciò che è accaduto e continua ad accadere tra una soddisfazione e l'altra. In ogni caso, una carriera come la mia oggi non sarebbe più possibile perché quando ho incominciato il mondo era diverso. Oggi il nostro rapporto con la fotografia è cambiato, le esigenze dei committenti sono cambiate e gli equilibri continuano a trasformarsi rapidamente. Ecco perché una delle qualità più importanti – oggi più di ieri - è la capacità di sapersi adattare ai cambiamenti. A volte vengono a mancare anche i punti di riferimento sui quali eravamo abituati a fare affidamento. Occorre essere flessibili e aggiornarsi spesso.

Però attenzione, aggiornarsi sulle ultime novità senza avere delle solide basi significa essere degli improvvisati. È importante conoscere l'ABC della comunicazione visiva, le sue evoluzioni e avere dimestichezza con le sue dinamiche.

La curiosità è un'altra qualità che ritengo indispensabile: quando si è curiosi, imparare è meno faticoso perché soddisfa un nostro desiderio. Poi ci vuole dedizione: provare, sbagliare, provare, sbagliare... Se il mondo sta cambiando sempre più velocemente, queste capacità rimangono fondamentali per sviluppare una carriera. Magari non come la mia, migliore.

### **Hai scritto "Storytelling for Photojournalists" e "Marketing per Fotografi". Qual è il consiglio più sorprendente o rivoluzionario che vuoi dare a chi aspira a vivere di fotografia?**

Quando - tempo fa - avevano fatto questa domanda a Saul Leiter, lui aveva risposto serafico: sposate qualcuno di ricco. Se un maestro di quel calibro - a cui non sono certo mancate opportunità lavorative - ha fatto questo commento, è facile immaginare che vivere di fotografia non fosse così scontato già molti anni fa (lo posso confermare). Oggi lo è ancora meno. La tecnologia ha fatto passi da gigante e ha permesso a un numero sempre maggiore di persone di usare il mezzo fotografico. ma...come? La differenza non si vede tanto nel numero di filtri e preset che si fanno usare, ma nella capacità di utilizzare la fotografia come un linguaggio. E per fare ciò,

non è tanto importante l'aggiornamento tecnologico quanto la conoscenza della grammatica e della sintassi visiva. Dunque, il suggerimento appassionato che posso dare è di studiare. Non sarà un consiglio sorprendente e rivoluzionario, ma sicuramente utile.

Nei miei libri ho voluto condividere tante cose che ho imparato lavorando e anche sbagliando prima di trovare la soluzione a un problema.

Chi li legge ha la possibilità di imparare dalla mia esperienza e non ripetere i miei errori, ma... farne altri!

Un altro suggerimento che mi sento di dare è quello di non limitarsi a creare immagini. Io sono giornalista, ho quasi sempre scritto gli articoli dei miei reportage ed è stato uno dei motivi per cui ho realizzato così tanti servizi. Il mestiere del fotogiornalista è in forte declino e a chi aspira a vivere di fotografia non consiglierei di puntare solo su quello. Suggestirei di trovare altre discipline parallele. Che cosa? Ciò che appassiona di più perché lo si fa volentieri. Forse servirà per qualche professione che non esiste ancora: occorre farsi trovare pronti quando le opportunità arrivano. Per esempio, quando c'è stato l'improvviso successo della creazione di immagini con l'intelligenza artificiale, di colpo è nata una nuova figura professionale: il prompt designer. Strapagati, i primi prompt designer hanno venduto ad aziende la capacità di scrivere prompt per istruire l'IA. Poco tempo dopo il fenomeno si è ridimensionato: è possibile chiedere a Chat GPT di fare la stessa cosa. Però, intanto, quelle persone hanno fatto dei lavori e preso dei contatti, intrecciato relazioni. Qualcuno di loro aveva forse studiato da prompt-designer? Neanche per sogno, avevano solo seguito la propria passione e quando c'è stata l'occasione giusta hanno potuto sfruttarla.

Infine, è importante specializzarsi. Mettiamoci dal punto di vista di un cliente che deve fotografare – per esempio – scarpe.

Sceglierà un fotografo che dimostra di essere specializzato in scarpe o uno che fa di tutto un po'?

E tra uno che fa delle belle foto e un altro che, oltre a fare le foto, fa anche i 360° per l'online, dei video, l'integrazione con immagini AI ed è in grado di suggerire degli approcci unici per valorizzare il prodotto, chi sceglierà?

### **La meditazione è parte integrante del tuo approccio. In che modo meditazione e fotografia si contaminano a vicenda?**

Meditare aiuta ad avere una mente calma, a gestire la propria attenzione e a focalizzarsi anche quando si scatta in situazioni di stress. È una pratica che mi accompagna da oltre 30 anni e che mi ha aiutato molto. Nella mia professione e non solo.

Scattando un ritratto, per esempio, occorre dividere la propria attenzione tra le impostazioni della macchina fotografica, l'ambiente nel quale ci troviamo, la composizione, la luce, lo sfondo, l'accostamento dei colori, il punto di vista dell'inquadratura, la posizione del nostro soggetto, il suo sguardo, la sua espressione, i suoi

vestiti, i suoi capelli, l'impatto d'insieme, le proporzioni e, soprattutto, la relazione che si crea.

Se siamo distratti da qualche dettaglio, è facile che altri aspetti importanti ci sfuggano. Avere un certo silenzio interiore e la capacità di mantenere lo sguardo sull'impatto di insieme continuando a monitorare ogni dettaglio può essere estremamente utile.

Meditando, si impara a gestire la propria attenzione e a mantenere la consapevolezza della totalità di ciò che percepiamo senza perderci seguendo il concatenarsi dei pensieri. Ecco perché è una pratica che può aiutare molto anche i fotografi.

**Come Senior Advisor per Science Of The Times, contribuisci a mappare tendenze e scenari futuri: quali cambiamenti prevedi per la fotografia nei prossimi 10 anni?**

Viviamo in un periodo VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) nel quale l'unica certezza è l'imprevedibilità. Per quanto riguarda la fotografia è particolarmente complesso fare delle previsioni perché la tecnologia si sta evolvendo ad un ritmo più veloce di quanto non ci si aspettasse. L'intelligenza artificiale ora riesce a realizzare fotografie indistinguibili da una fotografia e vengono già utilizzate ampiamente: servizi di moda, foto di cucina, foto di viaggio... Molte delle figure

professionali generalmente coinvolte nella realizzazione di un servizio fotografico rischiano di rimanere senza lavoro. Inoltre, quando si tratta di foto di attualità, c'è il grande problema della falsificazione della realtà. Non tanto per la IA, ma per la possibilità di "costruire" le foto facendo posare i soggetti o drammatizzando la situazione pur di vendere e arrivare prima della concorrenza. Ecco perché oggi, per i fotografi di attualità, una delle cose più importanti è una reputazione che garantisca l'affidabilità delle immagini.

In sintesi: per quanto le fotografie pervadano sempre più la nostra vita, la professione del fotografo sta diventando tra le più precarie. Nonostante sia difficile fare previsioni, possiamo azzardarci a sostenere che la sua evoluzione non sarà limitata all'abilità di realizzare fotografie. Piuttosto, sarà apprezzata la capacità di comunicare efficacemente grazie ad una cultura dell'immagine il più ampia possibile e alla preparazione in discipline complementari.

Una sorta di direttore creativo, tecnicamente preparato, con la sensibilità, il gusto e la capacità di applicare creativamente le proprie conoscenze. Chi avrà saputo rimanere aggiornato e ampliare la propria preparazione oltre la semplice capacità di scattare delle belle foto, avrà più possibilità di rimanere sul mercato.



EX

PO

SURE

A close-up, front-quarter view of a blue car with its headlights on. The car is the central focus, with a blurred background of warm, orange and red lights. The text is overlaid in the bottom left corner.

MASTER IN

**CAR DESIGN**  
**CMF & AI, UI, UX**



**IDI**<sup>®</sup>

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

English version

# MICHELA LOBERTO

## Il sogno sartoriale che diventa racconto.

a cura di Simona Losito

Nel cuore di Milano, città che vive e respira moda, l'Atelier Michela Loberto cattura immediatamente l'attenzione. Nato dalla visione creativa della designer Michela Loberto, questo spazio è cresciuto nel tempo fino a diventare un luogo di ricerca autentica, dove tradizione e contemporaneità dialogano costantemente in un equilibrio raffinato. La moda firmata Loberto racconta storie, costruite attraverso tessuti pregiati, lavorazioni meticolose e un savoir-faire artigianale che rende ogni creazione unica.

Le sue collezioni si distinguono per un'eleganza sobria e per l'armonia delle proporzioni, con linee pulite, mai ridondanti. Un'estetica che guarda al passato per reinterpretare il presente, abbracciando il fascino del vintage con una sensibilità profondamente attuale.

Abbiamo chiesto a Michela Loberto di raccontarci la sua storia. Nata a Foggia, sin da bambina aveva un profondo legame con l'arte. "Era il mio modo per dare voce alle emozioni e per sognare qualcosa di più grande", racconta la designer. "A diciannove anni ho deciso di inseguire quel sogno e mi sono trasferita a Milano per iscrivermi all'Accademia di Belle Arti di Brera.

Non è stato facile, andavo contro le aspettative della mia famiglia e la vita in una grande città richiedeva coraggio. Ho lavorato in ogni modo possibile, dalla cameriera alla portinaia, pur di pagarmi gli studi e restare fedele al mio percorso", continua. Durante i suoi studi, la Loberto ha scoperto l'Ecodesign, segnando un grande impatto nel suo lavoro futuro. "Mi divertivo a trasformare materiali di recupero in abiti couture. Mi piaceva l'idea di dare nuova vita a ciò che sembrava dimenticato, come quando realizzai un abito con cinturini e clip di vecchi orologi trovati in una fabbrica chiusa: per me era come trasformare il tempo in bellezza". L'esperienza e la determinazione l'ha portata a lavorare per un "L'isola della Moda", un progetto visionario che unisce arte, design e sostenibilità. "Oggi continuo a seguire quella stessa energia. Amo la pittura classica, i musei, la natura, il silenzio. Sono una persona sensibile ed empatica, e credo che ogni cosa, anche la più semplice, possa diventare arte, se fatta con amore e verità", afferma Michela Loberto.

Il suo atelier "è venuto alla luce in un momento molto particolare, uno di quelli in cui tutto sembra fermarsi.

È stato allora che ho iniziato a cucire, all'inizio quasi per caso, come un gesto istintivo, ma che col tempo è diventato la mia forma di guarigione. Cucire, come dipingere, mi ha letteralmente salvata: era il mio modo per ritrovare un equilibrio, per trasformare il dolore in qualcosa di bello e pieno di significato". La moda per la designer "è sempre stata una forma di espressione. Attraverso i miei capi cerco di raccontare la bellezza dell'unicità. Amo creare pezzi unici perché credo profondamente che unico sia ognuno di noi e che proprio nelle differenze risieda la preziosità della vita".

Nel suo atelier, Michela Loberto organizza molti eventi, spesso collegati all'arte. "Per me la moda diventa arte quando smette di essere solo apparenza e diventa un linguaggio dell'anima. L'arte e la moda si incontrano nel momento in cui un abito non è più solo un capo da indossare, ma un'emozione da vivere, un'estensione di sé. Quando creo", continua, "non penso a una tendenza o a un ideale estetico, ma a ciò che voglio raccontare: un'emozione, un ricordo, una vibrazione che prende forma attraverso il tessuto, le mani, il tempo.

Nel mio lavoro questi due mondi si fondono in modo naturale. La moda, quando è autentica, diventa arte perché riesce a toccare l'anima, a emozionare, a farci riconoscere in qualcosa di unico e irripetibile, proprio come fa un'opera d'arte".

Michela Loberto fa dell'arte un'esperienza totalizzante. "Amo lavorare pensando non solo alla persona che lo indossa, ma a ciò che quell'abito comunica quando entra in uno spazio, quando si muove, quando vive. La dimensione scenica è fondamentale: ogni piega, ogni drappeggio, ogni dettaglio è pensato per creare emozione, per trasformare un gesto semplice in un momento da ricordare", rievocando quasi una rappresentazione teatrale. Infatti, afferma che "indossare un mio abito significa diventare parte di un racconto unico. Per me, moda e teatro non sono mondi separati, ma si incontrano nel gesto creativo, nella magia che nasce quando un capo prende vita tra le mani e sul corpo di chi lo indossa".

Un elemento imprescindibile del suo progetto è la sostenibilità, che per Loberto "è un modo di vivere la moda con rispetto e consapevolezza. Significa dare

nuova vita a ciò che esiste già, scegliere materiali di qualità, duraturi e preziosi, e trasformarli in qualcosa di unico, che racconti bellezza senza sprechi”.

Nel suo lavoro, è la ricerca dei tessuti a rappresentare l’attenzione all’ambiente. “Amo scoprire tessuti pregiati degli anni passati, piccoli scampoli dimenticati, avanzati dalle grandi maison”, racconta. Ogni scelta sostenibile, permette di rendere “ogni creazione un piccolo atto di cura per la moda, per chi la indossa e per il mondo che ci circonda”.

La creazione di ogni abito per Loberto è un “piccolo rituale”. “Nelle mie capsule collection,” racconta, “questa ispirazione nasce dai tessuti stessi: ogni stoffa ha una voce e io ascolto quel dialogo effimero tra la mia sensibilità e la materia. È un momento intimo, in cui l’abito prende forma prima nella mia mente, poi sul foglio del figurino, fino al cartamodello e alla tela”.

La creazione di abiti su misura è anche parte attiva del suo lavoro, qui “il processo diventa ancora più personale. Mi lascio guidare dal mio istinto e dall’incontro con chi indosserà il capo. Il mio lavoro è tradurre tutto questo in forma, colore e movimento. Scelgo i tessuti con cura, cercando quella combinazione che rispecchi sia la mia visione che l’essenza di chi avrò davanti”.

“Reverie” è la parola che rappresenta meglio il suo atelier, dal francese “sogno ad occhi aperti”.

Per Michela Loberto questa parola “evoca l’idea di un luogo sospeso tra sogno e realtà, dove ogni capo nasce da un’immaginazione poetica”. Una parola che “racconta la rinascita dell’arte sartoriale, il valore del fatto a mano, e

il rispetto per la bellezza classica reinterpretata. È il ponte tra passato e presente”.

**Ti va di raccontarci la tua storia? Chi è Michela Loberto oltre la stilista: il percorso, le passioni, le influenze che ti hanno portata fin qui?**

Sono nata a Foggia e fin da bambina ho avuto un legame profondo con l’arte. Era il mio modo per dare voce alle emozioni e per sognare qualcosa di più grande.

A diciannove anni ho deciso di inseguire quel sogno e mi sono trasferita a Milano per iscrivermi all’Accademia di Belle Arti di Brera. Non è stato facile — andavo contro le aspettative della mia famiglia e la vita in una grande città richiedeva coraggio. Ho lavorato in ogni modo possibile, dalla cameriera alla portinaia, pur di pagarmi gli studi e restare fedele al mio percorso.

Durante gli anni in Accademia mi sono appassionata all’Ecodesign, e mi divertivo a trasformare materiali di recupero in abiti couture. Mi piaceva l’idea di dare nuova vita a ciò che sembrava dimenticato — come quando realizzai un abito con cinturini e clip di vecchi orologi trovati in una fabbrica chiusa: per me era come trasformare il tempo in bellezza.

Dopo la laurea in Decorazione d’Interni ho lavorato a Milano in un progetto che oggi definiremmo visionario, “L’Isola della Moda”, dove arte, design e sostenibilità si incontravano per creare qualcosa di nuovo.

Oggi continuo a seguire quella stessa energia. Amo la pittura classica, i musei, la natura, il silenzio. Sono una persona sensibile ed empatica, e credo che ogni cosa —



anche la più semplice, possa diventare arte, se fatta con amore e verità.

Oltre la stilista, c'è una donna che ha imparato a fidarsi del proprio istinto, a lasciarsi guidare dalla bellezza e a costruire il proprio sogno, passo dopo passo.

### **Quando e come è nato il progetto del tuo atelier? C'è un'ispirazione o un momento preciso da cui tutto ha avuto origine?**

Credo che ognuno di noi abbia un potenziale innato, qualcosa che ci appartiene da sempre e che la vita, con i suoi percorsi imprevedibili, aiuta pian piano a far emergere. Il mio è venuto alla luce in un momento molto particolare, uno di quelli in cui tutto sembra fermarsi. È stato allora che ho iniziato a cucire, all'inizio quasi per caso, come un gesto istintivo, ma che col tempo è diventato la mia forma di guarigione.

Cucire, come dipingere, mi ha letteralmente salvata: era il mio modo per ritrovare un equilibrio, per trasformare il dolore in qualcosa di bello e pieno di significato.

L'interesse per la moda è nato così, in modo naturale.

Più che una passione per la moda in sé, per me è sempre stata una forma di espressione: attraverso i miei capi cerco di raccontare la bellezza dell'unicità.

Amo creare pezzi unici perché credo profondamente che unico, sia ognuno di noi — e che proprio nelle differenze risieda la preziosità della vita.

Ho avuto la fortuna di lavorare per quindici anni nelle case di alta moda, come sarta da tavolo nell'Haute Couture. In particolare, un'esperienza mi ha toccato il cuore: ho partecipato a un momento storico e celebrativo di un brand che ammiravo profondamente, lavorando indirettamente accanto a uno stilista che sentivo molto affine alla mia sensibilità. È lì che ho capito di essere sulla strada giusta.

Quel momento è stato la scintilla: ho sentito dentro di me che ero pronta, che potevo finalmente dare vita al mio sogno. Così è nato il mio atelier, come un atto d'amore verso la vita, la bellezza e la libertà di essere se stessi.

### **In che modo, secondo te, la moda riesce a trasformarsi in arte? Dove si incontrano questi due mondi nel tuo lavoro?**

Per me la moda diventa arte quando smette di essere solo apparenza e diventa un linguaggio dell'anima.

L'arte e la moda si incontrano nel momento in cui un abito non è più solo un capo da indossare, ma un'emozione da vivere, un'estensione di sé.

Quando creo, non penso a una tendenza o a un ideale estetico, ma a ciò che voglio raccontare: un'emozione, un ricordo, una vibrazione che prende forma attraverso il tessuto, le mani, il tempo.

Nel mio lavoro questi due mondi si fondono in modo naturale. L'arte mi insegna la libertà e l'ascolto, la moda mi dà la possibilità di tradurre quella libertà in qualcosa di tangibile, da indossare, da sentire sulla pelle.

Ogni creazione nasce come un quadro: ha la sua armonia, le sue imperfezioni, la sua storia. Credo che la vera bellezza stia proprio lì, nel punto d'incontro tra l'intuizione e la materia, tra ciò che si sente e ciò che si vede.

La moda, quando è autentica, diventa arte perché riesce a toccare l'anima, a emozionare, a farci riconoscere in qualcosa di unico e irripetibile proprio come fa un'opera d'arte.

### **I tuoi abiti evocano spesso atmosfere teatrali: quanto conta la dimensione scenica e narrativa nelle tue creazioni?**

Credo che ogni abito sia come un piccolo spettacolo: porta con sé un mondo, un'atmosfera, una storia da raccontare. Amo lavorare pensando non solo alla persona che lo indossa, ma a ciò che quell'abito comunica quando entra in uno spazio, quando si muove, quando vive. La dimensione scenica è fondamentale: ogni piega, ogni drappaggio, ogni dettaglio è pensato per creare emozione, per trasformare un gesto semplice in un momento da ricordare.

La narrativa nelle mie creazioni è ciò che le rende vive. Ogni pezzo nasce da un'idea, da un'emozione, spesso ispirata dalla memoria, dall'arte, dalla natura o dalle mie esperienze personali. Indossare un mio abito significa immergersi in quella storia, diventare parte di un racconto unico. Per me, moda e teatro non sono mondi separati: si incontrano nel gesto creativo, nella magia che nasce quando un capo prende vita tra le mani e sul corpo di chi lo indossa.

### **Cosa rappresenta per te la sostenibilità nel mondo della moda e come la traduci concretamente nel tuo processo creativo?**

Per me la sostenibilità non è solo un concetto, è un modo di vivere la moda con rispetto e consapevolezza.

Significa dare nuova vita a ciò che esiste già, scegliere materiali di qualità, duraturi e preziosi, e trasformarli in qualcosa di unico, che racconti bellezza senza sprechi.

Nel mio processo creativo la sostenibilità si traduce soprattutto nella ricerca dei tessuti. Amo scoprire tessuti pregiati degli anni passati, piccoli scampoli dimenticati, avanzati dalle grandi maison: ogni frammento è un tesoro che può diventare un capo speciale.

Sono proprio i tessuti, con la loro consistenza, il colore e la storia, a ispirarmi nella realizzazione di ciò che sarà. È in quei materiali apparentemente marginali che la mia creatività si scatena, dando forma a abiti unici, pieni di storia e personalità.

Ogni scelta sostenibile è anche un gesto poetico: è l'arte di trasformare ciò che esiste già in nuove emozioni, rendendo ogni creazione un piccolo atto di cura per la moda, per chi la indossa e per il mondo che ci circonda.

### **Ci accompagni dentro la nascita di un abito? Dall'idea alla realizzazione, quali sono le tappe e le emozioni che guidano la tua mano?**

La nascita di un abito per me è un piccolo rituale, un viaggio che inizia sempre con l'ispirazione.

Nelle mie capsule collection, questa ispirazione nasce dai tessuti stessi: ogni stoffa ha una voce, una storia, un'anima, e io ascolto quel dialogo effimero tra la mia sensibilità e la materia. È un momento intimo, in cui l'abito prende forma prima nella mia mente, poi sul foglio del figurino, fino al cartamodello e alla tela.

Quando creo un abito su misura, il processo diventa ancora più personale. Mi lascio guidare dal mio istinto e dall'incontro con chi indosserà il capo: ogni persona ha una propria energia, un gusto, una storia, e il mio lavoro è tradurre tutto questo in forma, colore e movimento. Scelgo i tessuti con cura, cercando quella combinazione che rispecchi sia la mia visione che l'essenza di chi avrò davanti. Realizzo tutto con le mie mani: dal figurino alla tela, fino al primo gesto di cucitura sull'abito vero e proprio. Ogni fase è guidata da emozione, attenzione e ascolto: creare un abito significa non solo costruire un capo, ma dare vita a un piccolo mondo, unico, prezioso e irripetibile.

**Se dovessi descrivere l'essenza del tuo atelier in una sola parola, quale sceglieresti e perché?**

Reverie (dal francese: sogno ad occhi aperti) evoca l'idea di un luogo sospeso tra sogno e realtà, dove ogni capo nasce da un'immaginazione poetica.

Racconta la rinascita dell'arte sartoriale, il valore del fatto a mano, e il rispetto per la bellezza classica reinterpretata. È il ponte tra passato e presente.

# RE VE RIE



# HELMUT NEWTON

## La rivoluzione del linguaggio della moda attraverso la fotografia.

a cura di *Simona Losito*

Soversivo. Scandaloso. Provocatorio.

Sono molti gli aggettivi che potrebbero caratterizzare lo stile fotografico di Helmut Newton. «Bisogna essere sempre all'altezza della propria cattiva reputazione», sosteneva il fotografo, come fosse il suo manifesto. E, difatti, tutta la sua carriera è stata una continua tensione tra eleganza e scandalo, seduzione e provocazione.

Dietro l'etichetta di "professional voyeur" si nasconde uno dei fotografi che più di ogni altro ha ridefinito i confini della moda, elevandola a vera e propria arte. Nato a Berlino nel 1920, Newton si affacciò alla fotografia a sedici anni tra i corridoi dello studio di Yva – fotografa di moda di fama internazionale. Ancora giovane, per sfuggire alle persecuzioni contro gli ebrei si trasferì in Australia, dove la sua formazione si orientò molto sulla tecnica. Forte dello sguardo anticonformista ereditato dalla sua mentore e di una tecnica impeccabile, Newton aveva tutte le carte in regola per sovvertire gli schemi. Le sue immagini non solo infrangono i codici della fotografia di moda tradizionale, ma ridefiniscono anche i limiti sociali e morali del suo tempo.

La consacrazione della sua carriera arrivò alla fine degli anni Sessanta: Newton introdusse nel linguaggio patinato della moda elementi di sado-masochismo, voyeurismo e omosessualità. Le sue donne non erano più semplici modelle, ma figure potenti, sicure, cariche di tensione erotica, ritratte in camere d'albergo o salotti borghesi. Erotiche ma mai volgari, eleganti e trasgressive allo stesso tempo, le sue fotografie destabilizzavano lo spettatore proprio perché sfuggivano a una definizione univoca, svelando, con raffinata evidenza, il suo indiscutibile gusto per la provocazione.

Negli anni Ottanta, serie come *Naked and Dressed* e i celebri *Big Nudes* consolidarono la sua figura.

Nella prima, gli stessi modelli venivano ritratti prima nudi e poi in abiti alla moda, riproducendo stessa posa e stesso sguardo: un gioco concettuale che ridefiniva il concetto stesso di rappresentazione.

Newton giocava con l'ambiguità e sapeva che più le immagini erano spiazzanti, più avevano il potenziale per sedimentarsi nell'immaginario comune.

Moda, nudo, ritratto erano i tre pilastri del suo lavoro spesso convivevano nello stesso scatto, arricchite da una tecnica impeccabile: luci studiate al millimetro, composizioni rigorose, un senso scenico che trasformava lo scatto in un teatro.

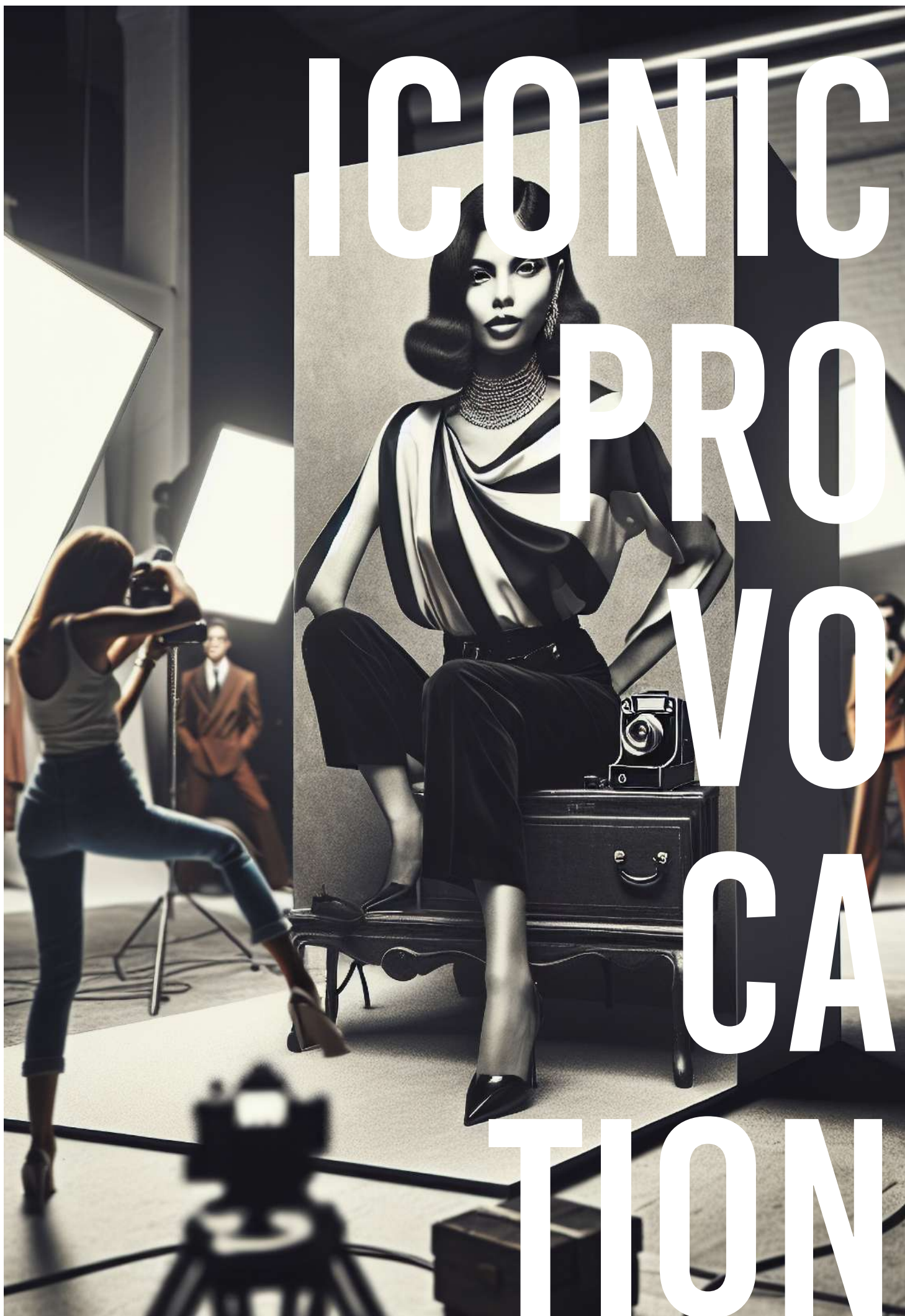
È emblematico il lavoro svolto a Parigi nel 1970 per la rivista americana *Essence*: cinque modelle nere corrono verso l'obiettivo indossando abiti di Yves Saint Laurent e gridando slogan, come in una manifestazione improvvisata.

Dietro l'apparente spontaneità reportagistica si celava un lavoro minuziosamente orchestrato, dove Newton mescolava con maestria realtà e illusione.

Newton veniva ingaggiato, come un mercenario, per realizzare le foto più sensuali del panorama moda.

Che fosse su *Vogue* o su *Playboy*, la domanda restava sempre la stessa: foto di moda o foto erotiche? Probabilmente entrambe. Oggi si tende spesso a catalogare questo tipo di fotografia come una forma di sessualizzazione, ma nel contesto in cui Newton operava il suo lavoro aveva un significato diverso. Negli anni Settanta e Ottanta quelle immagini rappresentano una rottura con le convenzioni, una sfida ai tabù e ai codici morali del tempo. Helmut Newton aveva compreso che l'arte non consiste nel dare risposte, ma nel creare ambiguità. E proprio lì, nello spazio sospeso tra desiderio e provocazione, ha lasciato il suo segno.

# ICONIC PRO VO CA TION



# IL TRUCCO DI MINA

## La firma inconfondibile di Stefano Anselmo.

a cura di Simona Losito

Siamo alla fine degli anni '70. Mauro Balletti, unico fotografo autorizzato a ritrarre Mina, era alla ricerca di un nuovo truccatore. La sua attenzione si posò su Stefano Anselmo, noto per uno stile marcatamente pittorico.

Da quel momento il suo lavoro avrebbe segnato una pietra miliare nella storia del trucco "alla Mina".

Il trucco che oggi associamo immediatamente a Mina, allora fu una rivelazione. La cantante ebbe l'impressione di vedersi trasformata in un volto mai sperimentato prima. Eppure per Anselmo quella cifra stilistica era naturale: fin da ragazzo disegnava volti con nasi "mineschi" e occhi privi di sopracciglia, tanto che molti gli dicevano: "disegni sempre la Mina".

Le sue ispirazioni provenivano dall'Antico Egitto e dall'antropologia africana, passioni che trovavano naturale corrispondenza nei tratti marcati e scultorei di Mina. Un volto che ricordava una maschera greca, intenso ed espressivo. Per questo il trucco di Anselmo non copriva mai il personaggio, ma lo esaltava.

Nonostante le trasformazioni, il volto di Mina restava inconfondibile.

Un elemento decisivo era già stato fissato dal precedente truccatore, Enrico Farina: la totale assenza di sopracciglia. Una scelta che aveva definito una nuova estetica nella seconda metà degli anni '60, fatta di occhi intensi e bocca ridotta al minimo. Anselmo fece di questa caratteristica un punto di forza, sfruttandola attraverso chiaroscuri, sfumature sulle palpebre e costruzioni geometriche.

La sua ricerca era una costante scomposizione dei piani del viso, una destrutturazione delle proporzioni tradizionali per generare nuovi equilibri.

Restano celebri alcune copertine: Catene (1984), ispirata ai drammi cinematografici degli anni '40 e '50, con il trucco interamente nero, un disegno triangolare sugli occhi a evocare le dive del cinema muto e una bocca di un rosso scurissimo, quasi nero.

Oppure Sì Buana (1986), con un'arcata ampia e sfumata nei toni marroni a sostituire le sopracciglia, accentuando lo sguardo straniante della cantante.

Accanto al trucco, altrettanto iconiche furono le copertine che trasformavano Mina in personaggi dai tratti maschili: talvolta con barba folta, talvolta con il corpo scolpito di un bodybuilder. Effetti ottenuti sia con il trucco che con fotomontaggi, ben prima dell'era digitale.

Lo stile make-up di Mina divenne un punto di riferimento negli anni '70. Venne riprodotto e reinterpretato da molti artisti: da Rita Pavone a David Bowie, fino alle modelle di Vogue. E ancora oggi riaffiora nella moda internazionale: sopracciglia assenti o decolorate, come nei look di Lara Stone per Calvin Klein, Kristen McMenamy o Whoopi Goldberg.

Il segno di Stefano Anselmo resta così impresso non solo nell'immaginario di Mina, ma nella storia stessa del trucco contemporaneo.

# BEAUTY



# DAL CEMENTO AL VERDE

## Il design urbano secondo Respyre.

a cura di *Simona Losito*

Le città stanno diventando sempre più calde a causa del cambiamento climatico e dell'uso di materiali.

Cemento, asfalto e vetro trattengono il calore e lo rilasciano lentamente, trasformando i centri urbani, generalmente carenti di vegetazione, in "isole di calore". In Olanda, però, un gruppo di giovani ricercatori ha scelto di ribaltare la prospettiva: non più costruzioni che soffocano l'ambiente, ma superfici che respirano, crescono e interagiscono con la natura. Da questa visione nasce il biocemento, un calcestruzzo ecologico che non si limita a rivestire le pareti, ma le trasforma in un ecosistema vivente.

Sviluppato dalla startup Respyre, il biocemento o calcestruzzo "biorecettivo", è progettato per ospitare la crescita naturale del muschio.

Questo piccolo organismo, privo di radici invasive, diventa così un alleato dell'architettura: assorbe anidride carbonica, trattiene umidità, filtra le polveri sottili e abbassa la temperatura delle superfici che ricopre.

Ma i vantaggi non sono solo ambientali. Il muschio è autosufficiente: non richiede irrigazione né manutenzione costante e una volta stabilizzato continua a crescere seguendo i ritmi della natura. Il biocemento, composto per il 70% da materiali riciclati, si applica facilmente su edifici già esistenti o su nuove costruzioni, senza bisogno di interventi invasivi. È una tecnologia sostenibile che parla il linguaggio dell'efficienza, ma anche quello dell'estetica.

Le prime sperimentazioni sono già visibili nei Paesi Bassi, tra Amsterdam, Purmerend e Alphen aan den Rijn. Facciate residenziali, balconi e perfino infrastrutture industriali sono stati rivestiti di muschio, dando vita a

superfici verdi che mutano con le stagioni e offrono nuovi habitat a insetti e piccoli animali. Una parete di cemento si trasforma così in un giardino verticale, che cambia colore e densità a seconda della luce e dell'umidità.

Ciò che colpisce, oltre alla funzionalità, è la dimensione estetica: queste architetture sembrano uscire da un futuro in cui città e natura non sono più antagoniste, ma parti di un unico paesaggio. Il muschio regala texture tattili e visive inedite, un verde che addolcisce le geometrie del costruito e introduce una nuova forma di design urbano. In un momento storico in cui il concetto di sostenibilità rischia di diventare spesso greenwashing, il biocemento appare come una soluzione tangibile, capace di ridefinire l'immaginario delle città.

Le città di oggi poggiano spesso su materiali che pesano molto sull'ambiente. Il cemento, in particolare, è tra i principali responsabili delle emissioni globali di CO<sub>2</sub>, con l'edilizia che incide per circa l'8% sul totale. Ripensarlo in chiave sostenibile significa immaginare città diverse, dove i muri non dividono più ma diventano superfici che respirano. Non più quartieri che soffocano nel caldo, ma organismi urbani che si autorigenerano.

Una nuova estetica che unisce architettura, natura e tecnologia, restituendo alle città la possibilità di essere, oltre che efficienti, luoghi davvero vivibili e belli.



BI

ODI

VERSITY

RE

CEPTIVE

# | CARLO RATTI

## Il coraggio di immaginare in una conversazione sulla città che verrà.

a cura di Gianluca Gervasoni

Dopo ormai due mesi dall'inaugurazione e prossimi al via anche della Mostra del Cinema, si può già fare un bilancio della Biennale Architettura 2025 curata dall'architetto, urbanista e professore del MIT, Carlo Ratti.

Un festival delle meraviglie del possibile, che chiama a raccolta coscienze e conoscenze di tutti per fare fronte comune contro le sfide del futuro, in primis il cambiamento climatico.

Se la kermesse – visitabile fino al 23 novembre, a Venezia – ha costituito terreno fertile per progetti collaterali come il catalano Water Parliaments, che immagina delle risposte possibili alle crisi idriche attuali e venture, lo si deve infatti alla sua intuizione e al suo invito all'azione.

Ratti ci ha chiesto di guardare in faccia un domani che incute timore e di rispondere, uniti, per arginare gli stravolgimenti che interesseranno tutti noi in quello che Gaia Vince, nel suo omonimo libro-denuncia, definisce "secolo nomade". Le risposte sono arrivate numerose.

Lo abbiamo raggiunto per commentare l'andamento della Mostra e riflettere con lui su alcune delle questioni che impegneranno futuri architetti e designer. E non solo.

**Prof. Ratti, la Biennale Architettura 2025 è ormai nel pieno del suo percorso. Un'esperienza improntata all'innovazione e al futuro: c'è chi ricava caffè dall'acqua lagunare, robot che collaborano con i microbi per edificare, un enorme potenziale. Può parlarci brevemente di com'è nata l'ispirazione per questa edizione della mostra? Il suo trascorso al MIT ha influito nel capire che questa era certamente la strada giusta?**

La scintilla non è arrivata da robot, sensori o da un singolo progresso tecnologico. È nata da un senso crescente di inadeguatezza della nostra professione. I modelli climatici cominciano a non reggere più. Le temperature superano soglie che un tempo consideravamo lontane.

Progettare per "minimizzare l'impatto" ormai non basta più. Che cosa succede quando il danno è già avvenuto?

Da lì è nato tutto il resto. Abbiamo scelto il titolo *Intelligens*, una parola latina che contiene al suo interno

*gens*, pluralità. Un invito a pensare diversamente e a farlo insieme. Non solo attraverso intelligenza artificiale o sistemi digitali, ma anche attingendo all'intelligenza naturale, alle pratiche indigene, ai saperi condivisi. Abbiamo lavorato con scienziati, ma anche con cuochi, agricoltori, persone che "leggono" un luogo senza strumenti digitali.

Il MIT ha avuto un ruolo importante nel plasmare il mio approccio. Ma potrei dire lo stesso dell'Università di Cambridge, in Inghilterra, dove ero prima: uno dei luoghi più interdisciplinari al mondo. La cultura del laboratorio, la contaminazione tra saperi, il metodo sperimentale. Questo ci ha portato a concepire la Biennale non come esito ma come processo. Non un racconto chiuso, ma un esperimento in corso. Chi cerca una mostra tipo MoMA o Guggenheim resterà deluso. Questa è una mostra per chi sa aprirsi alla curiosità e alla scoperta di saperi diversi.

**Quali sono le principali sfide che ha affrontato (o sta affrontando anche ora, in corso d'opera) nella curatela di un evento di questa portata? In che modo ha cercato di rendere la Biennale Architettura non solo un'occasione di riflessione, ma anche di azione per il futuro dell'architettura?**

L'azione può essere solo condivisa. Per questo abbiamo deciso di aprire il processo curatoriale, per la prima volta nella storia della Biennale di Venezia. Con *Space for Ideas* abbiamo lanciato una call pubblica, ricevendo molte più proposte di quanto ci aspettassimo. Quel flusso è stato entusiasmante, ma anche rivelatore. Ha mostrato una fame diffusa, non solo di riflessione sul futuro dell'architettura, ma di partecipazione attiva. Abbiamo cercato di mantenere vivo quello spirito. La Biennale non è una collezione di risposte, ma un prototipo in funzione. Un luogo dove il progetto diventa ricerca, dove i confini tra mostra ed esperimento si fanno porosi. In maniera analoga funziona il programma *Gens*, che sta portando migliaia di persone in Biennale per discutere i temi in mostra: architetti, professori, ma anche studenti e semplici cittadini.



*Carlo Ratti, photo by Andrea Avezù. Courtesy of La Biennale di Venezia*

**In passato, esempi come quelli dati dall'Effetto Bilbao ci hanno dimostrato che l'architettura può avere impatti notevoli sulle comunità, al punto che il contenitore comunica più del contenuto. Secondo lei, questa disciplina può ancora influenzare profondamente la nostra vita sociale e culturale o è destinata a diventare un qualcosa di più funzionale e orientato all'efficienza?**

Da alcuni anni siamo in dialogo con la città di Bilbao, che sta guardando al futuro. Il Guggenheim di Frank O. Gehry ha avuto un grande impatto, ma che ormai si sta esaurendo. Credo che l'idea del gesto architettonico capace da solo di trasformare una città sia superata. Non è più tempo di creare "folies" architettoniche, a volte gratuite. La Torre Eiffel ha funzionato non perché era decorativa, ma perché rappresentava un cambio radicale in materiali, tecnica e immaginazione. Se vogliamo che l'architettura mantenga forza culturale, deve assorbire le urgenze del nostro tempo. Il cambiamento climatico, ad esempio, non è solo un vincolo: è un punto di partenza. Ci obbliga a ripensare, nel farlo apre spazio a nuove forme.

**Nella sezione Out si riflette sull'esplorazione spaziale vista non come fuga da un pianeta sempre più problematico, ma come direttrice verso il miglioramento. Quale imagine possano essere le implicazioni di questa contaminazione, cosa potremmo imparare dal mondo oltre orbita? Qualcosa in stile movimento metabolista giapponese o c'è di più?**

L'idea dello spazio come via di fuga è un'idiozia. Lo scrive bene Lord Rees, astrofisico e professore a Cambridge, in un testo per il catalogo: "È un'illusione pericolosa pensare che lo spazio offra una fuga dai problemi della Terra. Dobbiamo risolverli qui. Affrontare il cambiamento climatico può sembrare arduo, ma è una passeggiata rispetto al terraformare Marte. In nessun luogo del nostro sistema solare si trova un ambiente tanto clemente quanto l'Antartide, il fondo degli oceani o la cima dell'Everest. Non esiste un Pianeta B per le persone comuni, avverse al rischio. Dobbiamo custodire la nostra casa terrestre". Ma esplorare lo spazio ci permette di trovare nuove soluzioni. Molti strumenti di uso quotidiano, come le immagini digitali, devono la loro scoperta alla missione

Apollo nel secolo passato. Analogamente, progettare per lo spazio ci spinge oltre i limiti normali qui sulla Terra. Oltre all'aspetto tecnologico, l'esplorazione spaziale ci offre nuove prospettive per osservare la Terra con lucidità. I satelliti, ad esempio, ci permettono di monitorare in tempo reale deforestazione, scioglimento dei ghiacci, isole di calore. Non sono dati astratti, ma segnali di ritorno capaci di orientare il nostro modo di progettare. Uno dei progetti in mostra, A Satellite Symphony, segue con immagini satellitari il percorso di una tempesta nel Veneto e lo mette in relazione con materiali colpiti fisicamente, come il legno abbattuto dalla tempesta Vaia. È questo tipo di sperimentazione che ci interessa. Per quanto riguarda i metabolisti: non dobbiamo copiarli nella forma. Tuttavia, loro immaginavano città come sistemi organici, flessibili. Oggi serve un approccio simile, ma su scala planetaria.

**Lei ed Ed Glaser avete parlato di "Playground City" in un editoriale del 2023 sul New York Times. Ha detto che non esiste città intelligente senza cittadinanza intelligente. Il concetto di intelligenza, in questo caso tripartita (Naturale, Artificiale, Collettiva), torna centrale proprio nella sua Biennale. Posto che saranno tutte parimenti importanti per le sfide del futuro, su quale pensa che siamo più indietro e ci sia più lavoro da fare?**

Oggi quando diciamo "intelligenza" tutti pensano subito all'IA, o peggio ancora a ChatGPT. È una visione molto limitata. Sono strumenti utili, ma poco sofisticati se confrontati con l'intelligenza della natura. Partirei da lì: abbiamo ancora molta strada da fare per progettare un edificio intelligente come un albero!

C'è però un altro aspetto fondamentale: l'integrazione. Oggi queste tre forme di intelligenza vivono separate. Quella naturale appartiene all'ecologia, quella artificiale all'ingegneria, quella collettiva alla sociologia o alla progettazione partecipata. Le vere svolte arrivano quando questi mondi si intersecano, quando un algoritmo impara da una foresta, quando una comunità contribuisce

a un dataset, quando il progetto diventa un linguaggio condiviso tra codice, clima e cultura. È lì che si gioca il futuro.

**Si è parlato più volte di biomateriali, di architettura dinamica. Come cambieranno secondo lei le nostre case all'interno, dal punto di vista di gestione degli spazi o di arredamento d'interni?**

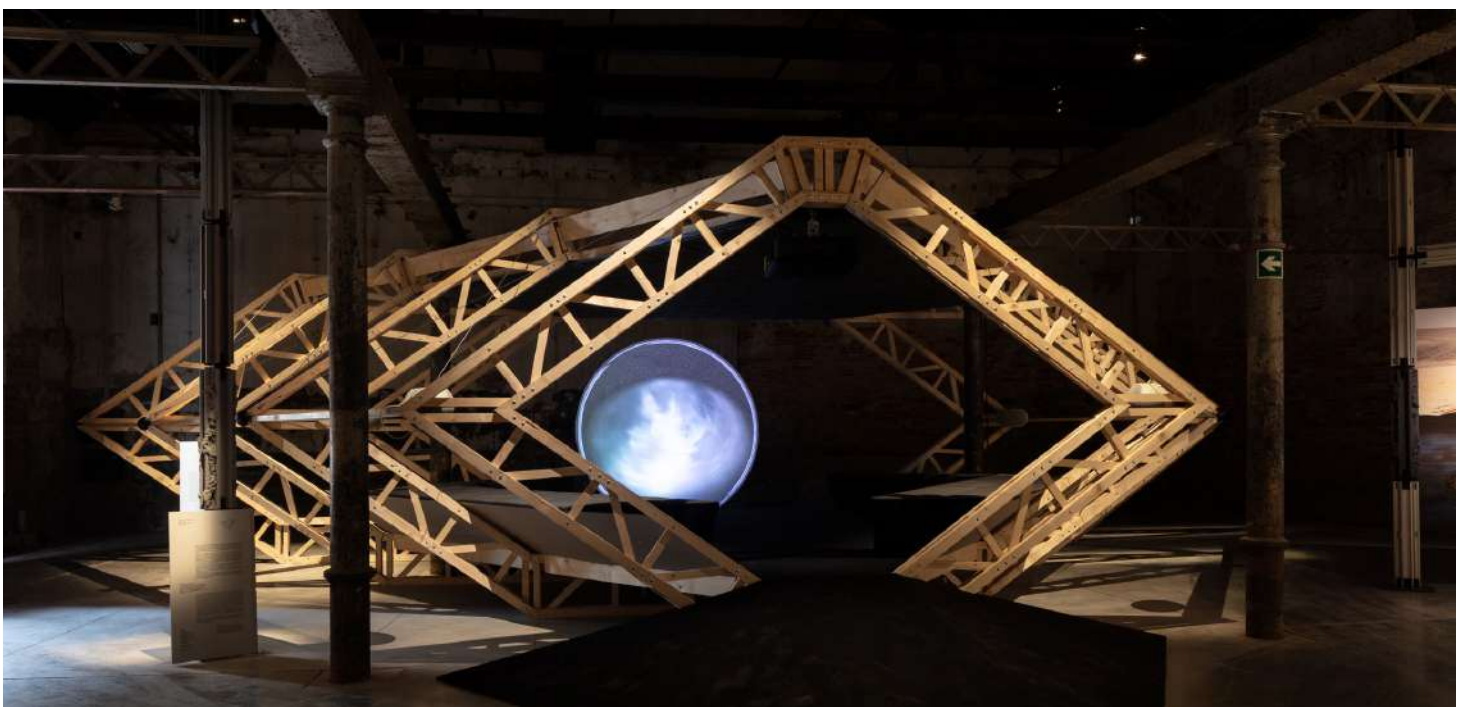
Le nostre vite stanno diventando sempre più flessibili. Non siamo più nella gabbia rigida del Novecento, messa alla berlina dai film di Fantozzi. Oggi molti di noi possono usare la casa come ufficio per molte ore al giorno, scegliere di andare in ufficio fuori dagli orari di punta, e così via.

Questa flessibilità dell'abitare porta con sé una flessibilità degli spazi. Lo vediamo già oggi, ma sarà sempre più marcata in futuro. Lo spazio domestico diventa meno statico. Pareti, pavimenti, materiali: tutto può adattarsi alla luce, alla temperatura, all'uso. La casa non più solo come involucro protettivo ma come interfaccia.

**L'esigenza di interdisciplinarietà nella progettazione del futuro sarà di certo uno dei lasciti della Biennale Architettura 2025. Del resto, il mercato del lavoro ormai è estremamente fluido e mutevole, profondamente instabile anche grazie agli impulsi dati dall'IA. Cosa si sente di consigliare ai giovani professionisti e a chiunque intenda lavorare in questo ambito? In che modo possono perfezionare la loro formazione per essere pronti a ciò che sta arrivando?**

Partirei da una conversazione nel film di Truffaut Jules et Jim, tra Jim e il suo professore Albert Sorel: «Ma allora, cosa devo diventare?» — «Un curioso.» — «Non è un mestiere.» — «Non è ancora un mestiere. Viaggia, scrivi, traduci. Impara a vivere ovunque. Inizia subito. Il futuro appartiene ai curiosi di professione.»

Ecco, diventare curiosi di professione. Anche perché l'IA è l'opposto della curiosità: sa tutto, ma solo di ciò che è già stato. Di fronte al nuovo viene colta in fallo – o, peggio, resta preda di allucinazioni.



The image shows the interior of a modern yacht. On the left, there is a large, L-shaped white leather sofa with several cushions. In front of it is a square coffee table with a marble top and a dark base, holding a small gold bowl. To the right, there is a dining area with a dark table and several orange leather chairs. The yacht has large windows and a curved ceiling with recessed lighting. The ocean is visible through the windows.

**IDI**<sup>®</sup>

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

**MASTER EN  
DISEÑO DE  
INTERIORES DE YATES**  
Online

# | R-I-S-P-E-T-T-A

Claudia Rordorf fonde arte e design in nome dell'empowerment femminile.

a cura di Alessandra Savino

Nel cuore pulsante dell'opera di Claudia Rordorf c'è un invito semplice e radicale: R-I-S-P-E-T-T-A. Un progetto artistico itinerante che attraversa città, corpi e storie, trasformando ogni incontro in un tassello di un racconto collettivo. Nato da un percorso personale di rinascita, questo lavoro affonda le sue radici in un momento preciso di libertà: la scelta di ricominciare da una pagina bianca, lasciando che l'arte 'invadesse' la sua vita diventando gioco e relazione. Le sue giacche, sia le prime dipinte che le ultime sartoriali, veri e propri totem da indossare compongono un viaggio simbolico dal buio alla luce, in cui lettere e figure dialogano con chi le veste e con i luoghi che attraversano. Rordorf porta l'arte fuori dagli spazi canonici, dentro le strade, nelle mani e nei gesti delle persone che incontra: donne, uomini, giovani performer, passanti incuriositi. Il progetto cresce così tappa dopo tappa, trasformato dagli sguardi dei fotografi locali e dalle storie condivise durante le performance. La sua pratica intreccia pittura, performance, moda e movimento, restituendo un'idea di arte come atto vitale, quotidiano, capace di creare comunità. In questa intervista, Rordorf racconta l'origine del suo viaggio creativo, il significato profondo dei simboli che lo animano, il ruolo del corpo come veicolo espressivo e il valore di un rispetto che si fa gesto, immagine e possibilità. Un dialogo che attraversa la femminilità contemporanea, il contributo necessario del maschile e la visione futura di un progetto che è, prima di tutto, un cammino condiviso.

**"R-I-S-P-E-T-T-A" nasce da un percorso personale di rinascita. Qual è stato il momento preciso in cui ha capito che l'arte sarebbe diventata il suo strumento per trasformare il dolore in bellezza condivisa?**

E' successo quando mi sono ritrovata libera da ogni aspettativa e condizionamento, quando mi sono

trasferita in Umbria, 17 anni fa. Nessuno sapeva chi fossi, nessuno si aspettava nulla da me. Ho avuto l'opportunità di scrivere su una pagina bianca: ho cominciato a disegnare la storia come volevo io. Nessuno si aspettava che fossi brava, intelligente, preparata e questo per me è stato come sciogliere dei nodi. Inizialmente non è stato facile trovarmi faccia a faccia con me stessa, ma sono rimasta là ad affrontarmi. Poi ho iniziato a giocare (elemento imprescindibile) e ho coinvolto nei miei progetti le persone che incontravo, facendo domande, relazionandomi, coinvolgendo nell'opera.

Condividevo l'entusiasmo ritrovato, sperimentavo con libertà e scoprivo che le persone erano felici di entrare nel gioco con me e di essere parte dell'opera. In più ho avuto l'opportunità di avere dei grandi maestri che mi hanno spinto costantemente verso la libertà espressiva e a fare ciò che non credevo fattibile.

**Le prime dieci giacche sono state pensate come un viaggio dal buio alla luce. Come ha scelto i simboli e le lettere che compongono la parola 'rispetta' e che ruolo ha il corpo nell'indossare questa narrazione?**

La parola rispetta è arrivata a me 17 anni fa quando decisi di mettere me stessa e l'arte al centro della mia vita. La scrissi su tavole di legno, accanto ai volti delle mie amiche. I simboli per me sono essenziali: le carte, dicono di ciò che ci aspetta, sono opportunità, gioco, futuro. Saprai giocarti le carte che la vita ti consegna? Le farfalle parlano della trasformazione e la scacchiera mi ricorda le partite da giocare con intelligenza e preparazione, perché ho capito che anche una solida strategia serve per muoversi nel mondo con sicurezza e libertà. Il rosso è la concretezza. La peonia della S ci ricorda la carnosità della vita, il piacere dei sensi accesi. Nella E ci sono le rose rosse della passione e dell'erotismo e i segni di

Keith Haring , primitivi, ancestrali. La T del terremoto vive contenuta dall'oro e affiancata da un punto di domanda. C'è confusione nell'incendio interiore. Ma tutto ritrova equilibrio nel verde e nei cuori della T della tranquillità che invita a meditare e ritrovare il centro. Nella A c'è la carpa: simbolo di chi vive controcorrente e Vittoria fa le boccacce alla vita, per ricordarsi di non prendersi troppo sul serio. Perché essere felici è la vera rivoluzione. Il corpo ha un ruolo centrale: rende vivo il messaggio. Indossato il lavoro si muove vibrante sul territorio e così assume il suo senso più pieno. Per me il corpo è un tempio da custodire con cura e attraverso il suo movimento nel mondo si dà vita all'opera.

**Il progetto è itinerante e profondamente relazionale. In che modo il dialogo con le donne (e gli uomini) coinvolti nelle performance ha modificato o arricchito la sua visione iniziale?**

Ogni persona ha arricchito la mia visione, con la sua stessa essenza. A Milano hanno partecipato, ad esempio, delle danzatrici della Paolo Grassi e hanno proposto di fare dei passi di danza, semplici ma poetici. A Napoli tante donne sono entrate nel gioco, sia sfilando, sia interpretando per la prima volta le parole che avevo scritto per ogni lettera. Ne abbiamo parlato e hanno scelto ciò che per loro era importante e ho lasciato a ciascuna la decisione di cosa interpretare. A Venezia ho incontrato tantissime persone perché non avevo una squadra già composta. E' nato tutto in Accademia dove ho trovato dei giovani che con entusiasmo hanno risposto sì, io ci sono! Io avevo in testa di creare un'immagine con abiti precisi sotto le giacche ma il fatto di dovere cambiare al momento l'approccio e renderlo più dinamico ha trasformato anche l'estetica dell'opera. Quindi uomini e donne avevano i loro abiti, non quelli pensati da me sotto la giacca. Questo ha cambiato l'opera ed è bello così. Ogni volta che ho camminato con le diverse persone, ci siamo confrontati, su esperienze su cosa rappresentasse per loro il rispetto, sulle loro vite. C'era chi si incuriosiva del senso della lettera che indossava e dopo avere colto il messaggio la portava con fierezza, aggiungendo un'idea sua al mio messaggio. Una donna inglese che ho coinvolto per strada mi ha suggerito di fare scrivere alle persone cosa volesse dire per loro questo lavoro. Non ho trovato il tempo di farlo ancora. Ma è un'ipotesi che conservo nel cassetto. Magari lo chiederò a chi verrà a vedere la mostra finale del viaggio. Una ragazza di Roma mi ha fatto notare che i copricapi di Vittoria ricordavano le forme delle arterie del cuore anatomico, io non ci avevo pensato. Un mio amico di Firenze che ha appoggiato il progetto mi ha suggerito di contattare giornali e divulgare maggiormente. Alcuni uomini mi hanno confessato camminando insieme dei momenti di difficoltà personale. Abbiamo condiviso, strada, ideali e sorrisi ma anche pensieri. Sono talmente tante le cose che sono successe che non posso scriverle tutte. Ogni incontro ha arricchito me e trasformato il



viaggio e le persone che hanno vissuto quel momento. Un'avvocata mi ha ringraziato dopo la performance perché mi ha confessato che l'avevo condotta lontana dalla zona di confort, regalandole un'esperienza nuova. Io ho ringraziato lei perché con la sua forza ha accresciuto la voce del progetto.

**Ogni tappa è stata costruita insieme a fotografi locali. Come si struttura questo processo collaborativo e quanto l'identità dei luoghi influenza la resa finale delle immagini?**

Ho scelto per ogni location un fotografo o una fotografa locale e ho spiegato quello che volevo realizzare, i monumenti e i luoghi che avevo in mente e loro mi hanno aiutato, proprio perché legati al territorio, a trovare i punti più interessanti. Ci siamo sempre confrontati a lungo a telefono prima di incontrarci. Poi il giorno prima del lavoro ci siamo dati appuntamento e riconosciuti al primo sguardo e abbiamo percorso insieme il tragitto. Abbiamo scelto angoli, visioni, rispetto agli orari e alla luce e alla quantità di turisti che avremmo potuto incrociare. L'idea è sempre stata di partire presto, con le città ancora un po' addormentate per poi incontrare anche la folla delle

ore centrali della giornata. Roma è stata un'avventura mozzafiato, così come Venezia. Non avevamo le persone ma io avevo la mia determinazione e l'entusiasmo, che ha contagiato anche i fotografi. "Vedrai ce la faremo!" (è il mio motto). Ci siamo divertiti molto. Ogni fotografo ha il suo carattere, il suo modo di relazionarsi, è stato molto arricchente lavorare con ciascuno di loro. I luoghi naturalmente sono protagonisti insieme alla scritta.

Si è creato un'incontro gentile tra opera e territorio e tutto ciò che resta è lo scatto di questo istante di dialogo. Il rispetto va portato anche ai nostri capolavori, alla nostra storia. Ogni città ha quindi una resa diversa, perché il processo ha subito variazioni e l'occhio dei fotografi è differente. Ma voglio dire una cosa: ogni città, in tutte le stagioni in cui l'ho raggiunta, mi ha regalato il sole e la possibilità di lavorare.

**Nelle sue opere convivono pittura, performance, sartoria e gesto. Come dialogano arte e moda nel suo lavoro, e cosa significa per lei "indossare" un'opera?**

In questo progetto c'è sicuramente un incontro tra arte e moda. Per me l'arte è qualcosa di trasversale e la moda mi permette di portare l'arte nella vita di tutti i giorni. Indossare un'opera è dichiarare che ognuno di noi è un'opera d'arte in continua evoluzione.

**La figura di Vittoria e la spilla della Regina di Cuori incarnano forza, coraggio e delicatezza. Quali aspetti della femminilità contemporanea desidera celebrare e quali, invece, desidera trasformare?**

Non voglio trasformare le donne, voglio al contrario che siano tutte accolte con rispetto. Desidero semplicemente che ciascuna donna abbia la possibilità di fare ascoltare la propria voce, che possa essere indipendente e libera di scegliere la vita che vuole vivere. Mi piace l'idea di donne consapevoli dei propri talenti, sicure, che si sentano accettate, che si amino profondamente. Non dobbiamo essere delle fotocopie, non credo esista un modello unico, questo è quello che ci viene imposto dalla società

ma è un elemento che deve scomparire.

Ci sono donne che si realizzano in modi differenti e ognuno di questi modi è valido e rispettabile. La femminilità contemporanea è sfaccettata e molto affascinante.

Le donne stanno imparando a prendersi ciò che spetta loro o per lo meno io vedo tante donne che lottano per ottenere il superamento del gender gap. Quello che casomai sarebbe da modificare è la lente attraverso la quale viene giudicata, aggredita, sottomessa una donna.

**Il progetto coinvolge anche uomini, un dettaglio tutt'altro che marginale. Che ruolo immagina per il maschile all'interno di un cammino di consapevolezza e rispetto reciproco?**

Credo che sia centrale la presenza dell'uomo per questo cammino condiviso. E' una strada da percorrere fianco a fianco, spalleggiandosi, diventando complici e alleati. Io ho sempre lavorato sul femminile nella mia opera artistica. Ma è tanto che penso che gli uomini siano centrali per un cambio di paradigma culturale. Ci sono uomini meravigliosi, intelligenti e che sanno stare accanto alle donne con grande rispetto. Questi uomini sono gli alleati di cui abbiamo bisogno. Sono loro che possono sostenere il cambiamento culturale che serve perché è la mentalità patriarcale che va superata.

**"L'arte è un atto di presenza", dice spesso. Come intende far evolvere R-I-S-P-E-T-T-A nei prossimi anni, tra arte, impresa culturale e responsabilità sociale?**

Ho tanti sogni circa la crescita del progetto artistico R-I-S-P-E-T-T-A, ma credo sia presto per parlarne. La strada da percorrere è lunga e la vita può sorprendere in molti modi. In fondo R-I-S-P-E-T-T-A è un viaggio ed è bene per un viaggio avere un itinerario stabilito, alcuni punti fermi, (come appunto il fatto che creare è "essere", o l'impegno sociale collegato), ma poi bisogna anche sapersi fare sorprendere da ciò che la strada ti consegna e ti regala. Soprattutto se lavori collaborando con altri.





R-I-S-P-E-T-A

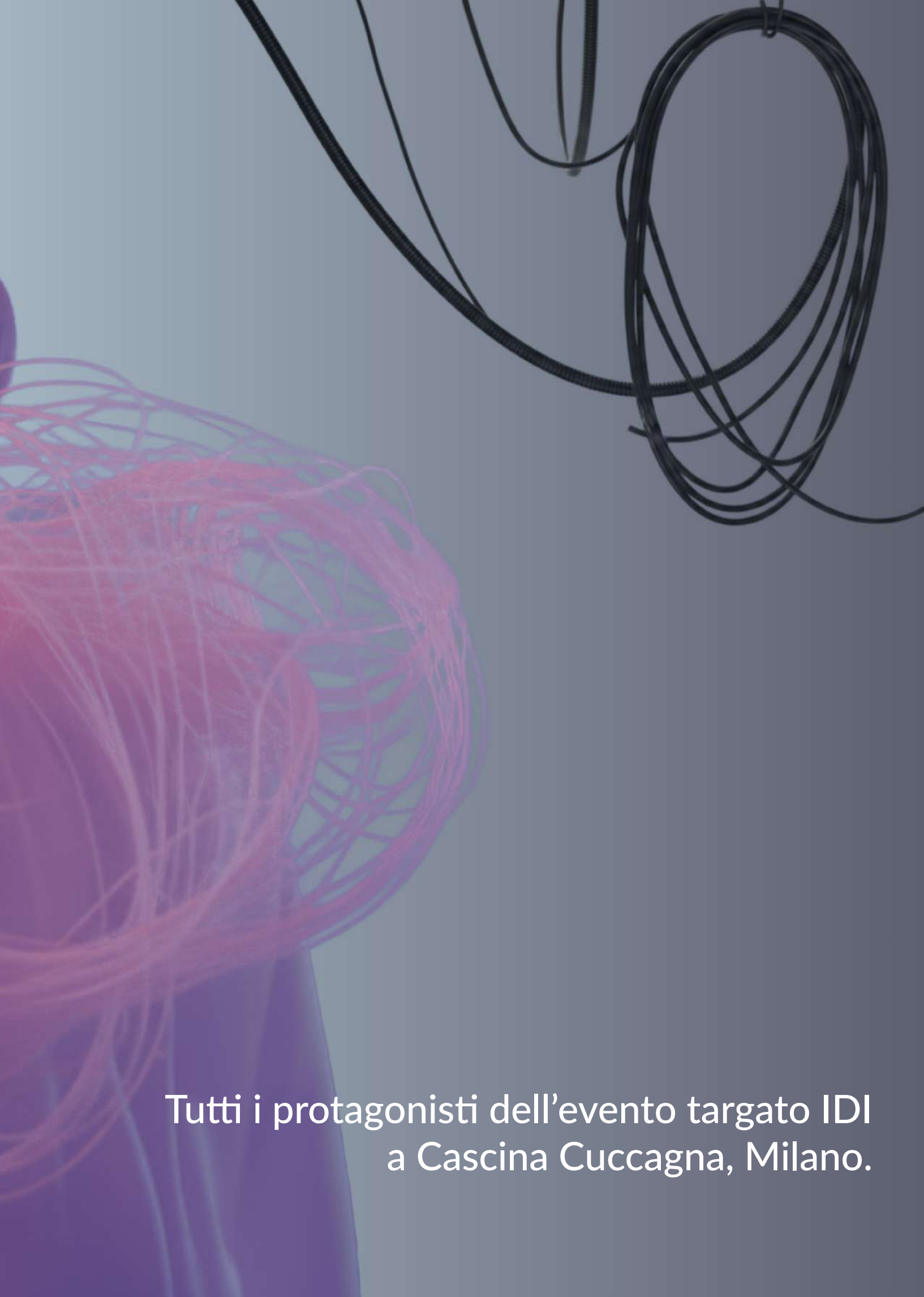


IDI

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

Speciale

# DRESSING THE FUTURE



Tutti i protagonisti dell'evento targato IDI  
a Cascina Cuccagna, Milano.

# | DRESSING THE FUTURE 2025

a Milano il design diventa etico,  
condiviso e multidisciplinare.

a cura di Carmela Loragno

Il 5 dicembre Cascina Cuccagna ha ospitato Dressing the Future – Indossare il Futuro, il nuovo progetto culturale e formativo ideato da Italian Design Institute (IDI) con il patrocinio della Città di Milano. È stata un'intera giornata dedicata al design sostenibile, alla moda etica e alla creatività delle nuove generazioni, che ha trasformato uno dei luoghi simbolo della rigenerazione urbana milanese in un laboratorio vivo di sperimentazione.

Un evento che ha unito formazione, design e impatto sociale Italian Design Institute, realtà di riferimento nella formazione nel settore del design, ha lanciato un progetto che ha oltrepassato i confini dell'istituzione educativa per diventare piattaforma culturale e acceleratore di innovazione.

«Con Dressing the Future abbiamo voluto dare voce ai giovani designer che credono in un futuro più sostenibile, umano e consapevole», ha spiegato Nicola Carbonara, fondatore di IDI. «Abbiamo portato fuori dalle aule la nostra visione, creando un dialogo reale tra formazione, impresa e innovazione sociale nella città simbolo del design italiano».

La giornata è stata un ecosistema fluido di incontri, workshop e installazioni in cui la sostenibilità è diventata pratica concreta e partecipativa. Non solo sfilate o esposizioni, ma una vera esperienza collettiva in cui arte, tecnica e ricerca si sono intrecciate in un percorso aperto alla città.

## INSTALLAZIONI, ARTE E SOUND DESIGN: L'ESPOSIZIONE DIFFUSA

Dalle 10 del mattino si è aperta l'Area Espositiva, un percorso immersivo articolato nei diversi spazi di Cascina Cuccagna:

### **Sala 13 - "In the making"**

I project work multimediali degli studenti IDI dell'area fashion hanno raccontato il processo creativo come narrazione visiva.

### **Sala 14 - "Laurent Barnavon, Ce n'est qu'une impression, Milano 25"**

L'artista francese ha presentato un'installazione site specific dedicata alla tecnica del pliage e alla trasformazione dell'immagine bidimensionale in scultura.

### **Sala 15 - "Sara Conforti Hofer, Centosettantaperottanta - What Comes First?"**

Un lavoro interattivo che ha esplorato il legame tra abito, memoria e identità, accompagnato da un esclusivo taccuino d'artista per Moleskine Foundation.

A fare da filo sonoro a tutto il percorso sono stati i paesaggi acustici realizzati dagli allievi del Master in Sound Design IDI, che hanno amplificato l'esperienza sensoriale dell'esposizione.

## WORKSHOP: LA SOSTENIBILITÀ COME GESTO, MATERIA, AZIONE

Il cuore dell'evento è stato rappresentato dai cinque workshop dell'area Art & Circular Fashion, che hanno trasformato la teoria in pratica creativa:

### **Out of Frame - Laurent Barnavon**

Il pliage come modello zero waste (10.30-13.30)

### **Re-Trace - Marco Piu**

Educazione al riciclo delle fibre e mappatura del futuro tessile (15.30-17.30)

### **Bodyscape - Carlo Galli**

Modellazione somatica 3D per creare un reggiseno su misura (15.30-17.30)

### **Sustainable Hanger - Cristina Mandelli**

Gruce artigianali sostenibili in ceramica (15.30-17.30)

### **WEAR\_ART - Sarah Bowyer**

Una performance collettiva che ha trasformato un soprabito rigenerato in opera tridimensionale (15.30-17.30)

## TALK ISTITUZIONALE: RIPENSARE IL MADE IN ITALY

Alle 18 la Sala Eventi ha accolto il talk "Re-immaginare il Made in Italy tra cultura, impresa e sostenibilità", moderato da Aurora Magni (Blumine).

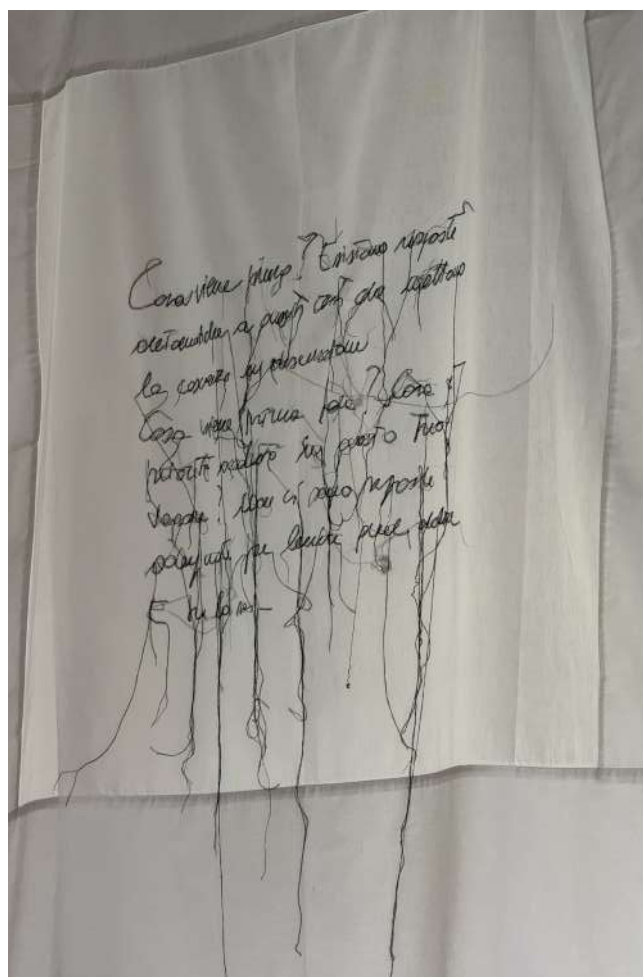
Un confronto tra istituzioni, imprese, attivisti e professionisti del settore ha esplorato tre temi-chiave: filiera sostenibile, creatività e innovazione, etica e inclusione.

Al termine del talk, IDI ha premiato alcune figure di spicco del panorama del design e della comunicazione – tra cui Roberto De Santis, Letizia Schatzinger, Mariella Milani, Marina Nelli, Armando Bruno, Simone Micheli e Maurizio Corbi – per il loro contributo alla diffusione di una cultura progettuale responsabile.

La giornata si è chiusa con un aperitivo diffuso a partire dalle 20, una visita guidata alle installazioni e una performance conclusiva realizzata dagli artisti insieme agli studenti IDI, in un momento di condivisione che ha celebrato la creatività come strumento di comunità.

Dressing the Future 2025: il design come atto culturale  
Più che un evento, Dressing the Future è stato un manifesto: l'invito di Italian Design Institute a riscrivere il Made in Italy attraverso sostenibilità, etica e cura.

Un percorso che ha unito generazioni, tecniche, materiali e visioni, per costruire insieme un futuro "piega dopo piega, cucitura dopo cucitura".



# EV ENT



# DRE SSING THE FUTU RE



# OLTRE LA FORMA

## La rivoluzione silenziosa di Laurent Barnavon.

a cura di Carmela Loragno

Laurent Barnavon emerge come una delle voci più visionarie nel ripensare il rapporto tra materia, gesto e spazio. Artista francese dalla formazione concettuale e dal percorso profondamente interdisciplinare, Barnavon ha trasformato la piega — l'atto primordiale del piegare e spiegare — in un linguaggio contemporaneo capace di dialogare con l'architettura, la luce, il corpo e l'immaginario della moda. Le sue opere, dai modelli in carta alle strutture spaziali fino alle sperimentazioni con l'acciaio, non sono semplici oggetti: sono dispositivi che ci invitano a guardare lo spazio come qualcosa da comporre, scomporre e reinventare.

Per *Dressing the Future 2025*, Barnavon porta a Milano una ricerca che attraversa vent'anni di esplorazioni, collaborazioni con grandi maison, studi sulla geometria e immersione nelle tecniche storiche del plissé. La sua installazione site specific e il workshop *Out of Frame: Pliage* tra arte e moda aprono un varco in un immaginario in cui artigianalità, futuribilità e responsabilità convivono, trasformando la piega in un atto poetico e strutturale allo stesso tempo.

Un ospite raro, capace di unire l'intuizione artistica alla precisione progettuale, e di mostrare come la sostenibilità possa essere non solo un tema, ma un gesto: un modo di toccare la materia per rivelarne nuove possibilità.

In questa intervista, Barnavon ci guida dentro il suo universo, fatto di luce, pazienza, geometrie e visioni condivise, svelando come si costruisce, piega dopo piega, il futuro.

**Qual è stato il momento o l'esperienza che l'ha convinta a unire la tecnica della piegatura (origami) con l'architettura e il design e perché proprio questi materiali?**

Dopo la mia laurea in arte concettuale presso Villa Arson a Nizza, sono arrivato come artista alla Fondazione Pistoletto, dove ho lavorato per diversi anni come volontario accanto al maestro Michelangelo Pistoletto. È grazie a questa esperienza — tra pratica artistica e consulenza — e poi al mio trasferimento a Parigi — che ho deciso di impegnarmi con le grandi aziende storiche del settore. In questo contesto ho potuto unire la mia passione per la geometria alla volontà di creare un legame tra la mia visione progettuale e la preservazione delle tecniche tradizionali, che considero fondamentali da tutelare e valorizzare.

**Nei suoi progetti, come *Plissé* e *Reflection*, la scala varia significativamente: da lampade a installazioni ambientali. Come affronta il cambio di scala nel processo creativo?**

Per me il vero fascino sta nel duplice gesto: spiegare e piegare. La prima azione richiede una grande pazienza, la seconda ancora più manualità, e sono entrambe opposte anche nella velocità con cui portano a un risultato.

Questo rappresenta per me un cambiamento di scala molto più rilevante della semplice differenza dimensionale. Grazie alla forza e alla bellezza della geometria, infatti, se un principio funziona in piccolo, funzionerà anche in grande — proprio come negli straordinari modelli capovolti di Gaudí per la Sagrada Família.

**In che misura considera la funzionalità (uso, durata, manutenzione) nei suoi lavori, rispetto all'aspetto puramente estetico o concettuale?**

La funzionalità è di primaria importanza, perché è attraverso lo sguardo contemplativo o le mani dell'utente che l'opera trova davvero il suo senso. Io non creo per me stesso: per me esiste la fase di ricerca, che è il momento più intimo e personale. Ma il risultato estetico, che per me rimane inseparabile dal concetto, raggiunge la sua forma migliore solo quando viene consegnato all'altro e adottato. Ciò che cerco, in fondo, è proprio questo: offrire un'esperienza d'uso, un gesto che trasformi l'oggetto in qualcosa di vivo e condiviso.

**Quali sono le sfide più delicate — tecniche o progettuali — quando si lavora con materiali "delicati" (come la carta) in contesti architettonici più strutturali?**

La carta è un supporto di progetto, proprio come la matita: diventa il mezzo attraverso cui la geometria si manifesta, e la geometria stessa diventa una meccanica strutturante. Ma la vera sfida, che per me è anche la più affascinante, riguarda l'architettura come linguaggio comune, capace di collegare centinaia di mestieri diversi in un unico tempo di lavoro e verso un unico risultato. Nella scala individuale come in quella collettiva, è attraverso la ripetizione che si impara. La sfida, però, è che lavorando da soli è più facile sbagliare, mentre in molti mestieri questo margine di errore semplicemente non esiste.



**Guardando avanti, c'è un nuovo materiale, una tecnica o un contesto spaziale che desidera esplorare e che ancora non ha avuto occasione di mettere in pratica?**

La mia arte è sempre stata ciò che ho messo da parte per dedicarmi al tempo necessario ad apprendere dagli altri e a condividere l'impegno collettivo dell'essere responsabili. Ho cercato di essere il più leggero possibile, sperimentando forme di mobilità che facessero svanire confini e tempo. Oggi sento il bisogno di fermarmi e di avere finalmente un mio laboratorio: forse è questo ciò che devo cercare adesso – ma chissà. Finora la creazione collettiva, interdisciplinare e interculturale è stata la mia più grande soddisfazione.

**Cosa vedremo a Dressing the Future? Sia in termini installativi che laboratoriali?**

Nell'installazione site specific Ce n'est qu'une impression, Milano 25, presenterò il risultato di vent'anni di ricerca: un Vitruvio al femminile, dove un quadro si trasforma in abito, rivelando le forme del modello. Questo concetto mi ha spinto a imparare molte cose e a percorrere sentieri mai esplorati nel mondo della moda. Perché vestire una persona con un quadro o creare un abito da un unico pezzo? A livello fashion la risposta non è immediatamente evidente, ma a livello artistico per me è chiara. Come uno scultore, ho immerso le tecniche di plissé storico utilizzate nel mio percorso nell'alta moda parigina, per sentire la materia con le mie mani e svelare i segreti che sublimano le stoffe, facendo rimbalzare la luce come le faccette di un diamante. Per Dressing the Future saranno presentati due quadri, due versioni del Vitruvio al femminile, con la partecipazione della danzatrice solista dei Ballets de Monte-Carlo, Mimoza Koike. Inoltre,

un abito su manichino, opera fondamentale del mio percorso: composta da pagine di fashion magazine, in collaborazione con L'Officiel Vietnam.

A livello laboratoriale, attraverso la storia del plissé — dalla moda antica egizia, cinese e dei Hmong, fino all'alta moda contemporanea — esploreremo insieme la sensibilità manuale e la sperimentazione concreta, trasformando la materia per riflettere su cosa indossare e, soprattutto, sulla responsabilità che comporta il gesto di vestire.

**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

La prima parola che mi viene in mente è passione. In tutti i mestieri creativi, la ricerca di fare qualcosa in modo diverso dagli altri richiede una forza interiore: senza la passione per superare le difficoltà e le incomprensioni, non può nascere una vera creazione, capace di uscire dai limiti del settore "normativo". Le competenze tecniche, da sole, non bastano. Per questo ritengo fondamentale conoscere l'esperienza degli altri, e soprattutto di coloro che non ci sono più, come i saperi tradizionali o le tecniche classiche. Solo così si può capire se un cambiamento rappresenta un vero progresso, per chi e con quale scopo. Oltre alla passione, la vera "cassetta degli attrezzi" di un designer deve includere pazienza, simile a quella di un concertista o di un campione olimpico. La ripetizione costante è la prima insegnante, ma anche la più grande sfida della vita, non solo a livello professionale.

# | BODYSCAPE

## Il corpo come paesaggio nel lavoro di Carlo Galli.

a cura di Carmela Loragno

Il designer e art director Carlo Galli porta una prospettiva radicale sul rapporto tra corpo, forma e sostenibilità. Specializzato in lingerie, beachwear e sportswear, con oltre vent'anni di ricerca tra ergonomia, materiali responsabili e rappresentazione del corpo femminile, Galli ha guidato un workshop che ha trasformato la sartoria in esperienza somatica e partecipativa. All'interno del programma di Dressing the Future 2025, Bodyscape ha invitato il pubblico a riscoprire il corpo come paesaggio e il capo intimo come architettura identitaria, attraverso una pratica che intreccia design, autocoscienza e visione etica della moda contemporanea.

Il corpo come paesaggio, il capo intimo come architettura di sostegno e identità. Un workshop immersivo per esplorare il rapporto tra corpo, identità e forma attraverso la progettazione sartoriale consapevole, trasformando la realizzazione di un reggiseno su misura in esperienza di arte, ergonomia e benessere.

Guidati dal designer Carlo Galli, i partecipanti hanno sperimentato un approccio somatico e tridimensionale alla modellazione, partendo dalla lettura del corpo e dai suoi punti di forza, tensione e sostegno. L'uso di tessuti deadstock e lavorazioni a km0 permette di creare capi unici e responsabili, riducendo sprechi e promuovendo sostenibilità nella filiera della lingerie, tradizionalmente difficile da riciclare.

Bodyscape trasforma il gesto sartoriale in eco-progettazione partecipativa: ogni capo diventa espressione personale, strumento di empowerment e manifesto di un design etico.

Un'esperienza immersiva che unisce tecnica, riflessione critica e creatività, pensata per stimolare la capacità di progettare capi sartoriali sostenibili, valorizzando materiali a basso impatto e filiere locali, e favorendo una percezione positiva del corpo e del fare creativo.

L'opera collettiva, esposta nello spazio dell'artista,

restituisce al pubblico un messaggio di co-creazione e design rigenerativo.

INDIVIDUALS Lingerie-Bikini a Milano, ha guidato anche la direzione creativa di un progetto speciale di Arena Spa (2022–2024), curando concept, pattern making, ricerca tessuti e sviluppo prodotto.

Il suo lavoro unisce ergonomia, estetica e sostenibilità, creando capi che rispettano il corpo e l'ambiente. Ha insegnato presso IED Milano e AFOL Moda, condividendo competenze in modellazione sartoriale, pattern-making e ricerca tessile, promuovendo un approccio etico e responsabile al design.

Dopo gli anni alla Mantero Spa, dove ha collaborato con maison come Gianfranco Ferré e Diane von Furstenberg, Galli ha intrapreso un percorso indipendente che intreccia arte, moda e autocoscienza, lavorando sul corpo femminile in tutte le sue forme e dimensioni. Oggi la sua pratica si muove tra studio sartoriale, ricerca personale e riflessione politica sulla rappresentazione del corpo, portando la sostenibilità e l'empowerment al centro del design contemporaneo.

**Da dove nasce Bodyscape? Qual è stato il pensiero o l'immagine iniziale che ti ha spinto a concepire il corpo come un paesaggio da esplorare?**

L'incontro con la danza mi ha spinto per la prima volta a leggere il corpo attraverso la tavola anatomica per identificare muscoli e proporzioni, poi ho aggiunto il movimento, considerando le forze elastiche coinvolte nei tendini come linee di forza tese attraverso il nostro corpo. Ho studiato poi come il corpo si modifica nel movimento e ho creato delle forme che incoraggiano, assecondano e favoriscono queste dinamiche. Sentivo però che si poteva andare oltre, e incontrare un nuovo concetto di vestibilità inclusiva, per i corpi normali e per i corpi diversi. Nel tempo sono arrivato a considerare tutte



le fisicità, incluse quelle donne che non si riconoscono nelle taglie classiche.

**Nel tuo workshop Bodyscape inviti i partecipanti a "leggere" il corpo, più che a disegnarlo o vestirlo. Cosa cambia, nella progettazione, quando il corpo diventa soggetto e non oggetto?**

Credo che i capi intimi entrino in relazione diretta con il nostro corpo comunica, proprio perchè sono a contatto con la pelle: esiste una componente individuale, un atteggiamento culturale, e anche una valenza politica data dai corpi femminili che si confrontano con la società. L'intimo appartiene al corredo di rappresentazione di una donna. Ognuno di noi è una combinazione unica di materia ed esperienza, e "leggere il corpo" significa introdurre questa variabile nel design del prodotto per creare dei capi che interagiscono e dialogano con questa complessità. Se potessimo condensare tutto in una sola frase, direi che "non è il corpo che deve entrare nella taglia, ma il capo che risponde alle manifestazioni del corpo".

Un capo su misura permette di incontrare appieno queste sfumature, ma già raggruppare le donne non più secondo i centimetri della taglia, ma in base alle proporzioni, sapendo che la proporzione è il rapporto tra

più parametri, costituisce un concreto passo avanti verso la liberazione dei corpi.

**La lingerie è un settore spesso invisibile ma ad alto impatto ambientale. Pensi che la consapevolezza materiale possa cambiare anche la consapevolezza del corpo?**

Prediligo un approccio sociologico alla moda e quindi consapevolezza sul prodotto e consapevolezza di sé e della relazione con la società, vanno di pari passo.

Ma oltre alla valenza politica e anticonsumista di questo ragionamento, credo che il nostro corpo sia il risultato della sua storia personale e brilla di luce propria, e quello che può fare un capo di intimo è accendere la consapevolezza e illuminare la figura perchè sentirsi bene nell'intimo è la base dell'autostima.

**Sei un designer, ma anche un artista e un ricercatore. Come dialogano precisione tecnica e libertà creativa nel tuo lavoro?**

Mano a mano che cresciamo, arriviamo alla definizione dei significati di ogni cosa, come se per comprendere dovessimo spezzettare. La creatività invece nasce nella corrispondenza di significati, quella particolare condizione tipica del bambino in cui un oggetto può

essere pennarello, ciuccio o chiodo. Per sviluppare il percorso di creazione bisogna saper condurre la ricerca oltre la conoscenza, nel territorio delle intuizioni, creando delle correlazioni che ad occhio nudo non sono visibili. Per questo bisogna saper guardare con occhi diversi, quelli del bambino.

### **Un progetto per il futuro?**

Creare degli abiti che interagiscono con il corpo attraverso delle tensioni elastiche che risvegliano i muscoli e aiutano l'equilibrio muscolo-scheletrico. Capi che nascono dal movimento e che danno beneficio soprattutto a chi non fa movimento. Per fare questo ho deciso di iniziare a sperimentare in prima persona attraverso la danza.

Una progettazione ibrida che unisce movimento, somatica e sportswear.

Crediamo che l'intelligenza artificiale abbia poteri infiniti solo perchè non abbiamo ancora risvegliato i nostri.

**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

Il settore dell'intimo e dello sportswear è in forte evoluzione e per intuirne la direzione è necessario saper osservare l'individuo e la società: i percorsi individuali influenzano il nostro piano culturale e a loro volta ne sono influenzati. Le forze in gioco a volte sono anche contrastanti e la risultante può non essere intuitiva.

Si tratta di saper arricchire la propria visione con quanti più possibili influenze e saper ricondurre tutto verso il proprio percorso di ricerca. Credo che non si debba partire dal prodotto ma dal concetto e tra "dettagli" e "sostanza", scelgo sempre quest'ultima.



# EMBODIED



LANGUAGE

# TRACCIARE IL FUTURO DELLA MODA

Marco Piu porta a Milano la sua visione di sostenibilità misurabile.

a cura di Carmela Loragno

Nel fitto calendario di Dressing the Future 2025 – il programma milanese che intreccia arte, moda e sostenibilità in una serie di workshop dedicati al design circolare – l'appuntamento con Marco Piu si è distinto per rigore e concretezza.

Chimico di formazione ed esperto di tracciabilità e certificazioni ambientali, Piu è tra le voci più autorevoli nel panorama del tessile sostenibile italiano. Il suo workshop, "Re-Trace", alla Cascina Cuccagna (Spazio Sartoria Sociale Filo Dritto), ha proposto un viaggio nel cuore tecnico e culturale della sostenibilità: un percorso per imparare a leggere la materia, decodificare i processi e comprendere davvero cosa si nasconde dietro l'etichetta di un tessuto.

«La tracciabilità digitale», spiega Piu, «trasforma un atto di fede in un dato verificabile. Permette ai consumatori di conoscere la storia completa di un capo e di instaurare un rapporto di fiducia basato sull'evidenza, non sulle promesse». È una visione che mette la scienza al servizio della trasparenza, ribaltando il paradigma del greenwashing e restituendo alla sostenibilità la sua dimensione misurabile.

Durante il laboratorio, i partecipanti hanno imparato a riconoscere le fibre, a valutare tinture e finissaggi, e a comprendere l'impatto delle proprie scelte progettuali e d'acquisto. L'obiettivo non è solo trasmettere competenze tecniche, ma riconnettere le persone con la materia, riscoprendo il valore sensoriale e culturale del tessile. «Abbiamo perso il contatto fisico con ciò che indossiamo», osserva Piu. «Riconoscere le fibre significa capire la loro origine, il loro impatto e le possibilità di riciclo. È da questa consapevolezza che nasce una vera cultura del design sostenibile.»

La riflessione di Marco Piu si estende ben oltre il laboratorio: è una filosofia che intreccia innovazione

tecnologica e valore etico, tra blockchain, passaporti digitali e simbiosi industriale. «Il design circolare abilitato dalla tecnologia», dice, «è la direzione verso cui dobbiamo andare: progettare un capo sapendo già dove e come potrà essere riciclato».

Con Re-Trace, Dressing the Future aggiunge un tassello fondamentale al dialogo tra artigianato, ricerca e digitalizzazione. Un'esperienza che non parla solo di moda, ma di un nuovo rapporto con la materia, con il sapere e con il tempo — perché il futuro della sostenibilità, come ricorda Piu, non si proclama: si traccia.

## **Quali innovazioni tecnologiche stanno maggiormente trasformando i processi produttivi nel settore tessile sostenibile?**

Principalmente tre: i sistemi blockchain per la tracciabilità, i passaporti digitali dei prodotti (DPP) e le tecnologie di intelligenza artificiale per l'ottimizzazione di diversi processi industriali, quali tintura e finissaggio ad esempio, contribuendo alla riduzione di sprechi acqua ed energia.

## **In che modo la tracciabilità digitale può aumentare la trasparenza e la fiducia del consumatore?**

Trasforma un atto di fede in un dato verificabile, dove i consumatori possono accedere alla storia completa del prodotto: Questo crea una narrazione autenticata che va oltre il marketing. Il risultato è una relazione di fiducia basata sull'evidenza e non sulle promesse, che fidelizza ed educa contemporaneamente.

## **Quali sono le principali sfide nel diffondere standard di sostenibilità realmente verificabili lungo la filiera?**

Le sfide maggiori sono legate alla frammentazione della filiera tessile sia per regioni geografiche che per tipologie

di produzione, e dei costi per l'implementazione di standard validi che nell'attuale scenario economico molte aziende medio-piccole non riescono a permettersi. C'è anche una questione di competenze e carenza di figure professionali che parlino il linguaggio della chimica, della tecnologia e della compliance normativa.

#### **In cosa consiste e quale significato ha il suo workshop?**

Una parte introduttiva sui sistemi di tracciabilità, i passaporti digitali, le certificazioni e le normative emergenti come l'Ecodesign. Nella parte pratica i partecipanti hanno imparato a riconoscere le fibre attraverso test semplici e riproducibili, o riconoscere la qualità e le criticità di una tintura o di una stampa.

Il significato profondo è restituire potere e consapevolezza nelle scelte, sia di progettazione che di acquisto.

#### **Il suo workshop Re-Trace mette al centro il tema della tracciabilità: quali innovazioni tecnologiche ritiene oggi più decisive per accompagnare la transizione verso un sistema tessile realmente sostenibile e circolare?**

Allo stato attuale abbiamo assoluta necessità di incrementare il riuso dei materiali quindi ritengo decisive le innovazioni nel riciclo tessile avanzato, partendo dalla scomposizione delle fibre miste oggi quasi inutilizzabili. Credo anche molto nelle opportunità di simbiosi industriale per incrementare il riuso dei materiali tessili. Ma altrettanto importante sarà l'integrazione dei dati: piattaforme che collegano designer, produttori, riciclatori e consumatori in ecosistemi circolari: ad esempio un designer potrebbe progettare un capo sapendo già dove e come verrà riciclato a fine vita, o addirittura progettarlo con materiali e lavorazioni scelte proprio per

un determinato riuso o riciclo. "design circolare abilitato dalla tecnologia" potrebbe essere uno slogan.

#### **Tra normative, protocolli di smaltimento e responsabilità sociale, quali sono – secondo lei – le principali sfide che il settore dovrà affrontare per rendere la sostenibilità una pratica misurabile e non solo un'etichetta?**

La sfida principale è passare dalla compliance alla cultura aziendale. Le normative, come la CSDDD, CSRD o l'Ecodesign stanno innalzando gli standard, ma rischiano di essere vissute come burocrazia se non accompagnate da un cambio di mentalità. Poi certamente manca un'infrastruttura europea integrata per il riciclo tessile, spero che con l'entrata in vigore dell'EPR qualcosa si muova veramente.

#### **Nella parte pratica del suo laboratorio, i partecipanti impareranno a riconoscere le fibre tessili e le loro caratteristiche. Quanto conta, secondo lei, ritrovare un rapporto diretto e consapevole con la materia per ripensare il futuro del tessile?**

Abbiamo perso il contatto fisico con ciò che indossiamo. La maggior parte delle persone non sa distinguere lana da acrilico, seta da poliestere e questo alimenta un consumo inconsapevole: se non conosci la qualità, compri solo sulla base del prezzo, o della moda che non scegliamo noi ma ci viene "imposta". Riconoscere le fibre significa capirne origine, impatto ambientale, durabilità, possibilità di riciclo. Un indumento è un oggetto fisico "caldo" perché suscita sempre delle sensazioni quando lo tocchiamo o indossiamo, e credo quindi che questo rapporto diretto con la materia possa far nascere una scintilla critica nelle persone anche più distratte.



**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

Competenze tecnico-scientifiche di base come chimica dei materiali, proprietà delle fibre, processi produttivi. Alfabetizzazione sulla normativa ambientale, dal conoscere regolamenti come il REACH, a standard come l'Ecolabel fino alle metodologie di misura della circolarità e di LCA. Terzo, dimestichezza con strumenti digitali, piattaforme collaborative, database di materiali sostenibili. Infine pensiero sistemico, saper vedere

la filiera nel suo insieme, non solo il prodotto finale. Curiosità e temperamento critico credo siano già insite in una persona che vuole fare il designer, giusto? Credo che nel designer di domani come ad un detective, uno scienziato e un attivista insieme.

**Un progetto per il futuro?**

Affiancherei molto volentieri alla mia attività professionale alle aziende manifatturiere percorsi di formazione per figure meno specializzate quali designer e commerciali, ma mi piacerebbe anche contribuire all'educazione di un consumo consapevole partendo però dalle generazioni più giovani.



RE-  
TRA  
CE



**IDI**

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

**MASTER IN**  
**INTELLIGENZA ARTIFICIALE,**  
**AR & VR**  
**PER L'INTERIOR DESIGN**  
**Online**

# CATERINA MAZZEI

## Visioni, strategie e futuro sostenibile della moda italiana.

a cura di Carmela Loragno

All'interno di Dressing the Future 2025, manifestazione che intreccia formazione, arte, innovazione e cultura del progetto, una delle voci centrali è quella di Caterina Mazzei, Referente per la sostenibilità e l'economia circolare di CNA Federmoda.

Mazzei porta all'evento una visione concreta e strategica del futuro del settore moda, frutto del lavoro capillare svolto dall'associazione a sostegno di migliaia di PMI e imprese artigiane italiane.

La sua partecipazione si inserisce nel programma dei Talk dedicati al tema "Re-immaginare il Made in Italy tra cultura, impresa e sostenibilità", dove istituzioni, esperti e protagonisti della filiera si confrontano sulla trasformazione in atto nel settore moda, tra nuove normative europee, transizione ecologica, digitalizzazione e evoluzione dei modelli produttivi.

Caterina Mazzei porta un punto di vista privilegiato: quello di chi ogni giorno lavora con e per le imprese, supportandole nell'interpretare e tradurre la sostenibilità in strumenti operativi, modelli organizzativi e opportunità di crescita.

### **Quali strumenti e strategie CNA Federmoda sta mettendo in campo per accompagnare le PMI nella transizione ecologica e digitale? In che modo le reti associative possono favorire la collaborazione e l'innovazione sostenibile nel settore moda?**

La strategia di CNA Federmoda parte, prima di tutto, dall'ascolto delle imprese che rappresentiamo.

Le realtà che aderiscono al nostro sistema sono, nella maggior parte dei casi, imprese che hanno la sostenibilità nei propri valori fondativi, anche se spesso non formalizzata in protocolli, certificazioni o standard.

Sono aziende che da sempre valorizzano territorio, persone, qualità e durata del prodotto, evitando sprechi di materiali, energia e tempo. Questa sostenibilità "non formale", radicata nel saper fare artigiano, oggi deve però essere tradotta all'interno dei nuovi confini normativi europei.

È proprio qui che si concentra il nostro lavoro: accompagnare le imprese in questo passaggio, aiutandole a trasformare pratiche spontanee in modelli riconosciuti, senza snaturarne l'identità.

### **CNA Federmoda opera su tre livelli principali:**

#### **1. Rappresentanza e advocacy.**

Siamo presenti ai tavoli nazionali ed europei affinché le misure sulla sostenibilità e sulla digitalizzazione siano calibrate sulle economie reali, fatte per oltre il 90% da micro e piccole imprese. L'obiettivo è evitare che la burocrazia penalizzi chi ha meno risorse, garantendo inclusione e competitività.

#### **2. Formazione e sensibilizzazione.**

Promuoviamo iniziative per aiutare le imprese a comprendere e gestire le nuove richieste di sostenibilità e innovazione.

#### **3. Supporto territoriale.**

Attraverso le nostre strutture territoriali attiviamo percorsi pratici di accompagnamento alla sostenibilità e alla digitalizzazione, spesso in collaborazione con centri di ricerca, enti formativi e partner tecnologici, per rendere l'innovazione accessibile anche alle microimprese.

In questo percorso, le reti associative rappresentano un valore aggiunto decisivo: sono il ponte tra il "fare quotidiano" delle imprese e il sistema delle regole, facilitando comprensione, cooperazione e progettualità condivisa.

### **Come si può valorizzare la tradizione manifatturiera italiana integrandola con le nuove esigenze di sostenibilità e creatività?**

Non esiste una formula magica per integrare tradizione e sostenibilità. In realtà, la tradizione manifatturiera italiana è già perfettamente allineata con la sostenibilità nel suo senso più autentico. Le imprese artigiane e manifatturiere italiane nascono con un approccio che mette al centro qualità, durata, rispetto delle risorse e delle persone: principi che oggi troviamo formalizzati nei criteri ESG, ma

che fanno parte del nostro DNA produttivo. Due anni fa abbiamo avviato una mappatura interna per capire come le imprese associate intendono e praticano la sostenibilità. Il risultato è stato chiaro: la forma più diffusa di sostenibilità non è la certificazione, ma il modello di business.

È un elemento culturale profondo: la sostenibilità non è un progetto a sé stante, ma un modo di pensare e produrre, dove creatività e responsabilità si rafforzano reciprocamente.

Valorizzare la tradizione italiana, dunque, significa prima di tutto ascoltarla, riconoscerla e inserirla nei nuovi scenari normativi e competitivi senza snaturarla.

### **Un progetto per il futuro?**

Più che un progetto specifico, vedo un percorso continuo. Oggi le imprese devono armonizzare elementi economici, ambientali, sociali e regolatori in un contesto globale instabile. Questo richiede un approccio sistemico.

Per CNA Federmoda le parole chiave del futuro sono:

- Sensibilizzazione, per diffondere una cultura della sostenibilità che raggiunga tutta la filiera, non solo gli addetti ai lavori.
- Formazione, perché la transizione ecologica e digitale è possibile solo se le persone hanno strumenti e competenze adeguate.

La sostenibilità non è un obbligo normativo, ma un asset competitivo. Il nostro compito è aiutare le imprese a riconoscerlo e trasformarlo in opportunità concreta.

### **Quali competenze dovrebbero sviluppare i giovani designer per avvicinarsi al tuo ambito di competenza?**

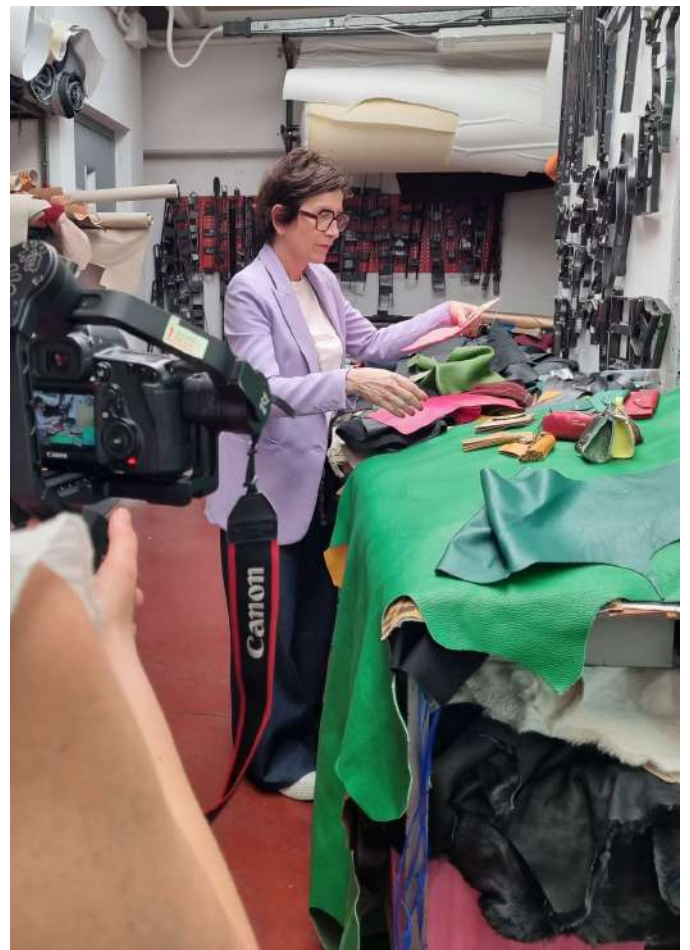
Il primo passo è trovare un equilibrio tra formazione e curiosità. La creatività è essenziale, ma non basta: servono competenze tecniche, digitali, ambientali e sociali, unite alla capacità di mettere continuamente in discussione il proprio sapere.

La moda sta cambiando profondamente: progettazione, produzione e comunicazione sono diversi rispetto a cinque anni fa. I designer devono sviluppare una curiosità "strutturata", capace di guidare il cambiamento.

Da oltre trent'anni CNA Federmoda costruisce un ponte tra formazione e impresa attraverso il Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti, oggi parte di Ricerca Moda Innovazione (RMI).

È diventato il più longevo osservatorio italiano sui nuovi talenti e sui bisogni formativi del settore.

Il concorso colma i gap tra creatività e realtà produttiva: materiali innovativi, sostenibilità dei processi, conoscenza delle filiere. È una palestra dove il futuro della moda si costruisce in modo concreto. Sta per essere lanciata la 36ª edizione del Concorso – RMI 2026: seguitemi su [ricercamodainnovazione.it](http://ricercamodainnovazione.it).



# ECO LOGY GY

# | VERSO UN'ECONOMIA CIRCOLARE

## Il ruolo delle certificazioni secondo Paolo Foglia.

*a cura di Carmela Loragno*

Tra gli ospiti di Dressing the Future si è distinto Paolo Foglia, una delle voci più autorevoli nel panorama delle certificazioni ambientali e dei sistemi di responsabilità sociale d'impresa. La sua presenza ha offerto un ampliamento di prospettiva fondamentale: spostare l'attenzione dal prodotto finito all'intera filiera, mettendo in luce come la sostenibilità non sia un attributo aggiuntivo, ma un processo culturale e organizzativo complesso. Attraverso il suo contributo, Foglia ha invitato a ripensare il sistema moda come un ecosistema interconnesso, in cui industria, istituzioni, ricerca e cittadini condividono responsabilità, strumenti e visioni per costruire un futuro davvero circolare e trasparente.

### **Come possono le certificazioni ambientali contribuire a rendere più etico e responsabile il sistema moda?**

Gli aspetti ambientali, a cominciare dai cambiamenti climatici e dall'erosione della biodiversità, insieme alla tutela dei diritti dei lavoratori e delle comunità locali, sono in modo imprescindibile parte integrante e strutturale del perimetro entro cui si delineano ed operano le catene di fornitura sempre più globali dell'industria manifatturiera. Questo fatto, la cui portata non è ovviamente limitata al comparto tessile, assume particolare importanza per la moda in cui il valore della produzione mette assieme la qualità materica e formale dei prodotti con la capacità di essere mezzo di espressione sociale e di rappresentazione dell'identità personale. Da qui l'esigenza per le imprese di mettere in campo strumenti e modelli organizzativi che consentano di assicurare l'individuazione, la valutazione nonché il trattamento degli impatti negativi sui diritti umani e agli impatti ambientali, siano essi effettivi o potenziali, riconducibili alle proprie attività, alle attività delle proprie filiazioni e alle attività svolte dai partner commerciali nelle catene di attività e, una volta identificati gli impatti negativi effettivi e potenziali, l'adozione di misure adeguate per porre fine a tali impatti e, laddove non sia possibile, per minimizzarne la portata.

In questo contesto, schemi di certificazione internazionali basati su iniziative multi-stakeholders, che intervengono sull'intera catena di fornitura connettendo attraverso modelli di verifica e validazione di tutti gli attori coinvolti



inclusi i produttori primari delle materie prime e tutti gli attori della filiera manifatturiera, consentono alle imprese della moda di migliorare le proprie capacità di mantenere un effettivo controllo sulla propria catena di fornitura. Questo consente, attraverso il ruolo di organismi terzi ed indipendenti di ridurre i rischi associati a comportamenti e azioni che possono compromettere la reputazione e il valore dei brand. La certificazione, sempre più spostata verso modelli volti a verificare e misurare gli effettivi impatti delle attività espressi attraverso adeguati e pertinenti Indicatori Chiave di Prestazione consente alle imprese di mettere in atto con maggiore efficacia misure per rendicontare in modo trasparente al mercato e ai molteplici portatori di interesse non solo gli impegni presi sul fronte ambientale e sociale, ma anche le misure effettivamente attuate e i risultati raggiunti.

### **Qual è il ruolo della collaborazione tra imprese, enti certificatori e istituzioni nella promozione di un modello di economia circolare?**

L'economia circolare, intesa come il modo di concepire e gestire la produzione e il consumo volto a minimizzare l'estrazione e l'uso di materie prime vergini, è una via radicalmente alternativa al modello ancora prevalente di economia lineare e il suo perseguimento è un processo estremamente complesso che arriva ad incidere sul modo stesso in cui è organizzata e funziona la società nel suo complesso. La sua portata è così ampia che necessita innanzitutto di istituzioni lungimiranti e coraggiose che definiscano un quadro complessivo ed organico di intervento, assicurino politiche efficaci e coerenti e mettano a disposizione strumenti e misure di supporto adeguate. All'interno di questo quadro, il sistema produttivo è tenuto consapevolmente a ripensare e riprogettare i prodotti assumendo come obiettivo la loro durabilità, riparabilità e riciclabilità prima ancora dell'incremento del loro contenuto di materiale riciclato. Allo stesso tempo, le imprese e il modo della ricerca devono collaborare per assicurare che vengano concepite e rese disponibili le tecnologie indispensabili per gestire in modo circolare l'intero ciclo di vita dei prodotti. Tutto questo però, rischia di essere non sufficiente senza l'attenzione consapevole dei cittadini/consumatori e i loro comportamenti nel momento in cui scelgono cosa acquistare, come utilizzare e mantenere i prodotti e, infine, come gestirli correttamente nel momento in cui vogliono disfarsene. Allo stesso tempo, l'economia circolare sta diventando anche un mercato rilevante e interessante per molti che, vantando e dichiarando caratteristiche e qualità "circolari" dei propri prodotti e processi, cercano di conquistare il favore dei consumatori e quote di mercato. Proprio rispetto al funzionamento del mercato e al corretto comportamento degli attori economici in relazione ai clienti e consumatori, si definisce il ruolo degli enti normatori e degli organismi di certificazione che, attraverso norme tecniche e standard e protocolli di verifica, introducono criteri oggettivi per definire cosa è "circolare" e verificano la loro corretta attuazione per assicurare una concorrenza corretta e comunicazioni non fuorvianti per i consumatori.

### **In che misura la cultura della sostenibilità può diventare un fattore competitivo e identitario per il Made in Italy?**

Per un paese come l'Italia povero di materie prime e di energia, la sostenibilità e l'economia circolare non sono solo importanti, ma hanno una validità strategica. Ovviamente, anche questi fattori, come altri, quali la transizione digitale, che cruciali per lo sviluppo, non possono essere dati per scontati né sono "gratuiti". Essi richiedono visione, capacità di considerarli parte integrante dello sviluppo (non un freno) e, soprattutto, strategie e politiche coordinate e coerenti.

Il Made in Italy continuerà sicuramente, ed è giusto che sia così, a fondarsi su tradizione culturale, creatività e capacità manifatturiere ma, allo stesso tempo, risulta imprescindibile puntare sulla ricerca e l'innovazione di

tecnologie e materiali che integrino negli scopi anche la riduzione della dipendenza del sistema produttivo da materie prime ed energia importata.

Nel caso della Moda, la sostenibilità può diventare il paradigma, interconnesso con gli elementi fondativi tipici del Made in Italy, intorno al quale possa crescere una cultura e un rinnovato senso di identità nei consumatori che si discosti da uno stile di consumo legato a modelli di produzione e vendita massiva a prezzi stracciati rispetto ai quali il comparto tessile-moda italiano non ha alcuna possibilità di competere.

### **Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

A mio avviso, le conoscenze e le competenze di un designer di oggi, profondamente consapevole delle sfide enormi che sono parte del contesto socio-economico ed ambientale, dovrebbero ruotare intorno al concetto di eco-design in cui le capacità di esprimere al meglio l'esercizio della creatività e la definizione di uno stile si completano con l'insieme delle conoscenze e competenze necessarie per integrare concretamente nella progettazione gli elementi strutturali, tecnologici, materici e sociali che determinano gli impatti effettivi e potenziali del prodotto e dei processi necessari alla sua realizzazione. Questo approccio riporta a due aspetti che considero imprescindibili: la conoscenza della complessità, che implica considerare fin dall'inizio del processo di ideazione, creazione e progettazione di un prodotto i fattori e gli elementi essenziali che concretizzano la sua effettiva realizzazione;

la consapevolezza dei punti critici e dei limiti fisici, biologici e sociali che sono impliciti alle dimensioni del mondo su cui si interviene attraverso la realizzazione di prodotti e processi. Con consapevolezza dei limiti, non si intende imbrigliare la creatività, ma sviluppare la capacità di esercitare la creatività in modo ancora più ampio per riuscire a trovare soluzioni che coniugano novità e bellezza e mitigazione degli impatti negativi.

Corollario di quest'approccio è avere la capacità di riconoscere e condividere un approccio multi disciplinare e di essere in grado di sapere interagire e contribuire a valorizzare modelli di lavoro in cui si confrontano competenze specifiche diverse.

# | AURORA MAGNI

## Il dialogo interdisciplinare sulla trasformazione della moda italiana.

a cura di Carmela Loragno

Un confronto aperto tra istituzioni, professionisti, docenti e attivisti per esplorare come il Made in Italy possa rigenerarsi attraverso una nuova alleanza tra valore culturale, innovazione tecnologica e responsabilità sociale. Oggi, più che mai, la sfida è quella di coniugare la tradizione artigianale e il saper fare italiano con le logiche del design sistemico e dell'economia circolare, superando la frammentazione tra estetica e etica, produzione e formazione, industria e cittadinanza.

Il talk di Aurora Magni, all'interno dell'evento Dressing The Future, organizzato da Italian Design Institute presso Cascina Cuccagna a Milano, si è articolato in tre momenti complementari: filiera sostenibile, creatività e innovazione, etica e inclusione; per restituire una visione integrata e interdisciplinare del futuro della moda italiana. Dalla tracciabilità e certificazione dei materiali alla trasformazione dei processi produttivi, dal ruolo della ricerca indipendente alla spinta delle nuove generazioni creative, ogni contributo intende disegnare una mappa possibile del nuovo Made in Italy: più trasparente, partecipativo e consapevole. In questa prospettiva, la sostenibilità non è più soltanto un parametro tecnico o un'etichetta di valore, ma un orizzonte culturale condiviso, un linguaggio che unisce progettisti, imprese e comunità nel ripensare il rapporto tra bellezza, economia e responsabilità.

Un momento di sintesi e confronto cruciale sulle sfide e le opportunità che attraversano il sistema moda italiano. Co-fondatrice di Blumine, docente presso la LIUC Scuola di Ingegneria Gestionale e giornalista, Aurora Magni porta un'esperienza eclettica che unisce capacità di mediazione, rigore accademico e sensibilità per le dinamiche di innovazione.

"Re-immaginare il Made in Italy" diventa così un gesto corale, un esercizio di ascolto e di costruzione comune per restituire alla moda la sua dimensione originaria di atto culturale e civile, capace di generare futuro attraverso la cura, l'innovazione e la relazione.



### **Come si può favorire un dialogo efficace tra istituzioni, imprese e mondo accademico per accompagnare la trasformazione del sistema moda italiano?**

Il tema della sostenibilità è entrato nell'agenda della politica e delle istituzioni in realtà da pochi anni anche grazie all'accelerazione data dal Green Deal.

Non sono sorpresa che ci siano rincorse e rallentamenti perché si tratta di imprimere ad un complesso sistema economico e sociale cambiamenti radicali: unire business a CSR, misurare le emissioni, dire al consumatore di far durare gli oggetti invece di comprarne di nuovi .. non è né facile né banale. Per questo i soggetti coinvolti devono collaborare ed ascoltare i suggerimenti e le critiche che arrivano dal mondo della ricerca scientifica, dalle ONG, dai movimenti di opinione, insomma dai

cosiddetti stakeholder. In questi anni ho visto centri di ricerca e università mettere la sostenibilità al centro della propria missione e diventare interlocutori del sistema industriale e delle istituzioni su tematiche specifiche grazie alla loro competenza e soprattutto ad una visione del futuro. L'efficacia del dialogo si gioca molto sulla capacità di affrontare problemi in modo non ideologico senza perdere la capacità di guardare oltre.

**In che modo la formazione interdisciplinare può contribuire a sviluppare competenze adatte alle sfide future della moda?**

Permettetemi una divagazione personale. Alla mia formazione professionale ha contribuito certamente la necessità di coltivare un mio interesse per la ricerca e l'innovazione sostenibile nell'industria tessile nato soprattutto nel periodo -ormai lontano- in cui ho diretto una rivista che si occupava di materiali tessili applicati in contesti diversi dalla moda. Sulla mia sensibilità 'ambientalista' hanno però giocato incontri più culturali. Il primo è stato con il Club di Roma, i cui atti ho letto in tempi più recenti perché all'epoca della pubblicazione di *The limits to growth* avevo 13 anni.

Al di là della fondatezza scientifica dell'allarme lanciato dai ricercatori del MIT, già il fatto di non dare le risorse per scontate mi era sembrato rivoluzionario. Il secondo incontro, avuto da giovanissima, è stato con un racconto di fantascienza in cui si immaginava la vita in un villaggio isolato dal resto del mondo i cui abitanti non potevano fare altro che far durare gli oggetti il più possibile non potendo più contare su un sistema produttivo in grado di realizzarne di nuovi. Insomma, non avevo letto *The economics of the coming spaceship Earth* (Kenneth Boulding, 1966) ma il senso era quello. Perché vi racconto questo? Perché pur sapendo bene quanto l'approccio ecologico ai modelli di business debba sostenersi su conoscenze scientifiche e rigore metodologico, credo sia utile fornire a chi si prepara a gestire il passaggio verso modelli sostenibili una visione culturale del problema che tocchi le proprie sensibilità. In questo periodo in cui emergono atteggiamenti che qualcuno ha definito 'scetticismo ecologico' è importante che la formazione fornisca oltre alle metodologie e alle tecniche e gestionali (ecodesign, controllo della supply chain, certificazioni etc) lo spessore di una ricerca che è anche e soprattutto culturale ed emozionale. Naturalmente senza cadere nel dogmatismo ideologico ma dando agli studenti consapevolezza e strumenti per poter fare qualcosa in grado di cambiare in meglio la propria vita perché quel tema lo riguarda forse più di altre cose.

**Quali sono, secondo te, le principali opportunità e criticità nel coniugare innovazione tecnologica e responsabilità sociale nel settore moda?**

Non vorrei sembrare troppo tranchant ma oggi siamo oltre il livello 'cogliere le opportunità'. Questo valeva fino a quando le politiche green erano una strategia facoltativa scelta da imprese illuminate.

Oggi è più semplice: se non sei coerente con i criteri ESG sei fuori dal business, dall'accesso a bandi e

finanziamenti, faticosi ad ottenere un prestito in banca. E non è solo l'effetto di regolamenti e direttive UE, è il sistema economico stesso a porre le politiche di sostenibilità come la condizione fondamentale per ridurre i rischi. Che l'innovazione tecnologica giochi un ruolo in questa partita è chiaro. Parliamo di macchine e impianti naturalmente ma anche di software e app in grado di supportare le aziende nella gestione e nella rendicontazione delle azioni adottate, parliamo di sistemi predittivi e -che piaccia o no- di IA. I rischi? Ne vedo soprattutto uno: che nelle imprese prevalga un approccio formale-burocratico sulla creazione di una nuova cultura industriale condivisa.

**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

Questa deve essere la generazione di eco-designer, del tutto nuova rispetto le precedenti. Mi aspetto che i nuovi creativi sappiano vincere la scommessa più difficile: progettare cose belle e funzionali senza rinunciare alla propria visione estetica e sapendosi orientare nello scenario complicato della sostenibilità.

Per fare questo sarà importante saper scegliere i materiali più sostenibili, documentare le scelte in modo rigoroso affinché il consumatore possa accedere ad informazioni sicure senza greenwashing. I nuovi designer dovranno confrontarsi con i fornitori per trovare insieme soluzioni che riducano l'impatto ambientale di quel prodotto e progettare il fine vita dell'oggetto un volta dismesso. Insomma immagino un creativo con buone basi tecniche e costante attenzione su quel che accade nel mondo perché è da lì che arrivano le cose che userà per fare capi ed accessori. Direi un po' designer e un po' ingegnere con una forte attitudine alla ricerca.

MADE

IN

ITALY

# | HUMANA PEOPLE TO PEOPLE

## Il futuro della moda sostenibile secondo Alfio Fontana.

a cura di Gianluca Gervasoni

L'industria della moda sta vivendo uno dei suoi passaggi più delicati. Occorre trasformare un sistema storico, brillante e complesso in un ecosistema capace di rigenerarsi, ascoltare e restituire valore alle comunità. In questo scenario si inserisce Dressing the Future, il talk dedicato a ripensare il Made in Italy attraverso una nuova alleanza tra cultura, impresa e responsabilità sociale.

Per capire cosa significhi attraversare questa fase di transizione sul campo, abbiamo incontrato Alfio Fontana, CSR Manager & Partnership Corporate di Humana People to People Italia. La sua esperienza mostra come la sostenibilità non sia necessariamente un gesto eroico, ma una pratica costante fatta di scelte operative e un'idea precisa di impatto condiviso.

### **La filiera etica di Humana trasforma gli abiti usati in risorse per progetti di istruzione, agricoltura sostenibile e salute. Quali passaggi della filiera considerate più critici e come ne garantite trasparenza e tracciabilità?**

Humana People to People Italia è un'organizzazione non profit di cooperazione internazionale che realizza progetti di sviluppo nel mondo e iniziative sociali grazie anche alla raccolta, selezione e vendita di abiti usati. Sono oltre 5.800 i contenitori stradali dell'organizzazione, presenti in 1.300 comuni. Humana Italia è membro della Federazione Internazionale Humana People to People, presente in 46 Paesi nel mondo e aderisce ad un network internazionale che coinvolge 29 organizzazioni, attive in ambiti coerenti con la propria mission. Nel 2024, anche grazie alla raccolta di abiti usati realizzata nel mondo, la Federazione ha finanziato 1.831 progetti di sviluppo nel mondo, a beneficio di 15 milioni di persone.

Ciò che contraddistingue la nostra filiera è la capacità di controllarne ogni anello, dalla raccolta tramite i contenitori stradali o ecobox in punti vendita, alla selezione, sino alla vendita finale. Questo ci permette di garantire un percorso tracciato e rendicontabile di tutto il percorso che fa l'abito. La scelta di porre legalità e trasparenza alla base di ogni attività di Humana Italia ci ha spinto nel tempo a implementare ulteriori politiche e presidi specifici in maniera volontaria, tra cui il Modello

Organizzativo di Gestione e Controllo, il Bilancio di Sostenibilità, la Politica per la Qualità e l'Ambiente e le Certificazioni ISO 9001 e ISO 14001, oltre all'iscrizione alla White List. Effettuiamo inoltre, sempre in ottica GRI, delle valutazioni ambientali e sociali dei fornitori.

### **Il vostro network retail sta crescendo. La più recente apertura a fine settembre a Padova. Questo porta ad una ventina i vostri store in tutto il territorio nazionale. Che ruolo hanno i negozi fisici nel costruire cultura del riuso?**

I nostri ventuno negozi sono letteralmente "la vetrina" principale della nostra organizzazione, non solo per la loro presenza ormai consolidata nei principali capoluoghi italiani, ma anche perché sono progettati per offrire al cliente un'esperienza di acquisto sostenibile e solidale. Chi acquista capi nei negozi Humana Vintage e Humana People, infatti, non solo contribuisce a prolungare la vita di capi ancora in ottimo stato, riducendone quindi l'impatto ambientale, ma sostiene concretamente la mission di Humana. Oltre a questo, abbiamo anche curato in maniera particolare gli arredi e gli allestimenti, realizzati in collaborazione con Izmade e Plastiz.

I punti vendita Humana Vintage e Humana People sono anche touchpoint fondamentali per generare consapevolezza sui temi della sostenibilità ambientale e dell'impatto sociale, attraverso l'organizzazione di eventi con i nostri partner e con opinion leader trasversali ai temi della moda, della sostenibilità e dell'ambiente.

### **Partnership corporate: quali settori secondo te oggi sono più recettivi a integrare second hand, riuso e progetti sociali nelle proprie politiche ESG?**

Le realtà strutturate e proiettate all'innovazione nel settore moda si stanno organizzando per integrare sempre più proposte second hand e politiche orientate al riuso nella loro offerta e nei loro processi.

Un passo avanti decisivo anche per la sostenibilità ambientale, che ci vede coinvolti in prima linea grazie alla nostra esperienza ultraventennale nel settore. Il cambiamento in atto nel settore va nella direzione delle politiche europee dettate dalla "European Strategy for

Sustainable and Circular Textile” e interessano le realtà sia a monte sia a valle della filiera, comprese quelle legate alla gestione del tessile post-consumo e con le quali stiamo avviando diversi progetti pilota in ottica di innovazione per la preparazione al riciclo.

A ciò si aggiunge la prossima entrata in vigore del regime di Responsabilità Estesa del Produttore nel settore: sarà una svolta decisiva per il settore, che racchiude una grande sfida e allo stesso tempo un’importante opportunità per instaurare processi virtuosi e partnership di filiera strategiche. Sul fronte dell’impatto sociale, la nostra capacità di intervenire in ambiti differenti con i nostri progetti di cooperazione (negli ambiti dell’istruzione, della salute, dell’agricoltura sostenibile e ambiente e dello sviluppo comunitario) e di agire su un orizzonte temporale di medio-lungo termine, ci permette di coinvolgere realtà trasversali in diversi settori, costruendo progettualità condivise allo scopo di generare impatto positivo nelle comunità locali, in Italia e in tutto il mondo, grazie al nostro network internazionale.

**Dal vostro Manifesto emerge una visione “passo dopo passo”, fatta di gesti concreti. Se dovessi indicare tre azioni immediate che un’azienda può implementare domani mattina per ridurre l’impatto nella filiera tessile, quali sceglieresti e perché?**

La prima è agire per prolungare la vita dei prodotti, favorendo il second hand e la riparazione dei capi. La seconda è creare partnership di filiera multi stakeholder, che abbiano l’obiettivo di generare valore a livello di impatto sociale e ambientale e non solo economico; la terza sviluppare azioni di sensibilizzazione sia all’interno delle aziende sia verso il pubblico per incentivare scelte e consumi responsabili.

**Tecnologia e organizzazione: quali soluzioni state sperimentando per ottimizzare raccolta, selezione e pricing dei capi? Dove vedi il maggiore potenziale di innovazione nei prossimi 12 mesi?**

L’innovazione è un driver fondamentale per la sostenibilità e stiamo lavorando proprio in questa direzione e su diversi fronti. Abbiamo recentemente riammodernato il nostro impianto di selezione, che è diventato semi-automatico, permettendoci di aumentare i volumi di materiale in entrata fino a 12.000 tonnellate in un anno: per fare questo abbiamo investito sia in impianti e software sofisticati, sia nel capitale umano e nelle competenze del team del reparto, cruciale per valorizzare al meglio ciò che viene selezionato.

Nei prossimi 12 mesi lavoreremo molto alla creazione di reti con imprese che stanno sviluppando strumenti tecnologici per la preparazione al riciclo e che sono pioniere in questo settore. Anche questa parte infatti sarà sempre più necessaria per venire incontro alle esigenze dei produttori tessili, che cercheranno risposte per la gestione efficiente e trasparente di un nuovo pezzo di filiera. Tra queste c’è ad esempio la collaborazione con Haiki Plus SpA, partner industriale specializzato nel settore cleantech e nella gestione del ciclo dei rifiuti speciali, e IGERS, azienda specializzata nella realizzazione

dell’impianto di soluzioni tecnologiche avanzate per il trattamento degli scarti tessili senza l’utilizzo di additivi chimici, per un processo più efficiente e sostenibile.

**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale “cassetta degli attrezzi” dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

A livello di competenze professionali, le conoscenze legate all’ecodesign saranno sempre più cruciali per fare la differenza, mentre a livello di soft-skills un approccio multi stakeholder e una visione globale dell’impatto che il settore genera permetteranno di affrontare i progetti più ambiziosi in un’ottica di responsabilità condivisa. Non da ultimo, un’attenzione ai temi dell’inclusione, un ambito dove c’è ancora molto che si può fare, con proposte progettate ad hoc.

**Un progetto per il futuro?**

Il progetto che ci assorbirà moltissime energie nei prossimi mesi sarà l’entrata in vigore del Regime di Responsabilità Estesa del Produttore. Si tratta di una grande opportunità da sviluppare per instaurare modelli virtuosi di filiera su larga scala, valorizzando competenze e strutture degli operatori del settore, anche nell’ottica di generare valore sociale. Per questo siamo in prima linea per creare un network di realtà impegnate su questo fronte, a monte e a valle della filiera.



# | INDOSSARE L'ANIMA

## L'arte condivisa di Sarah Bowyer.

a cura di Carmela Loragno

In bilico tra introspezione e collettività, tra gesto artistico e cura del quotidiano, Sarah Bowyer porta a Dressing the Future 2025 una visione che trasforma l'atto creativo in un ponte tra le persone. Artista nomade per biografia e per sensibilità, Bowyer ha fatto della contaminazione culturale una lente attraverso cui esplorare l'identità, il limite, l'incontro. Il suo workshop WEAR\_ART nasce proprio da questa tensione fertile: un soprabito dismesso diventa tela condivisa, luogo di ascolto reciproco, organismo vivo che si modifica grazie ai contributi di tutti.

Nel suo approccio l'arte non è mai superficie, ma possibilità di rinascita: un invito a "indossare" ciò che normalmente resta nascosto, emozioni, memorie, visioni, per trasformarlo in un gesto di armonia collettiva. Attraverso il riciclo pittorico e la co-creazione, Bowyer ribalta la logica produttiva tradizionale e suggerisce un futuro in cui gli oggetti riacquistano unicità, valore affettivo e autenticità.

Con la sua presenza, Dressing the Future si arricchisce di una prospettiva che unisce tecnica, introspezione e immaginazione, invitando i partecipanti a riscoprire la moda come linguaggio, relazione e pratica di cura reciproca. Un'esperienza che non solo trasforma un indumento, ma allena alla bellezza del creare insieme.

**Il titolo del tuo progetto unisce due mondi — "wear" e "art" — quasi a suggerire che l'arte possa essere indossata. Cosa significa per te "indossare" un'opera?**

Ho sempre lavorato sull'individuo, il suo mondo interno e quello esterno, alla ricerca di quel confine tra privato e collettivo. Indossare l'arte significa per me esternare l'introspezione. Diventa quindi un portale di profonda condivisione con il prossimo e quindi di unione tra esseri umani ma anche di definizione del sé nella moltitudine.

**In che modo la tua esperienza nomade tra culture diverse ha influenzato la visione di questo progetto?**

Sicuramente nella moltitudine è importante prendere coscienza della propria dimensione e dei propri limiti e questo è possibile ampliando la conoscenza delle differenze culturali e sociali del mondo. Nel mio lavoro c'è molta cultura orientale nonostante io abbia avuto madre italiana, padre inglese e nonno americano.

Essere nomade mi ha reso ospite e testimone, permettendomi di ideare un progetto che trova, tramite l'ascolto, una versione poliedrica del mondo e del creare.

**In Dressing the Future l'arte incontra la sostenibilità. Secondo te, l'arte può davvero contribuire a cambiare il nostro modo di produrre, consumare e abitare il mondo?**

Assolutamente! L'arte applicata arricchisce oggetti di consumo rendendoli unici e immortali, evitando il riciclo capitalistico in favore di quello ecologico.

È anche un'ottima occasione per innamorarsi dei propri oggetti dando loro una valenza affettiva, contribuendo quindi al benessere psicofisico.

**Il risultato finale è un soprabito esposto come "manifesto visivo del fare insieme". Come immagini che il pubblico percepisca quest'opera ibrida, a metà tra arte e moda?**

L'atto di produrre live tutti insieme, ciascuno portando qualcosa di sé ma con l'estrema sensibilità di coesione tra le parti, quindi alla ricerca dell'armonia, anche e non solo visiva del manufatto finale, evidenzierà in tempo reale la capacità umana di coesistere in consonanza.

L'idea che il risultato sia indossabile, lo rende poi un manifesto futuristico che dichiara un intento sociale evolutivo, prodotto dal creare insieme, surrogando la catena di produzione.

### Un progetto per il futuro?

Sto lavorando da tempo su un progetto immersivo da visitare con l'Oculus e che rappresenta una nascita, la nascita del fruitore stesso, che consiste in un viaggio pieno di archetipi, all'interno di un corpo, fino ad arrivare all'utero, per poi nascere (o rinascere, o ricordare d'averlo fatto). Anche qui il tema centrale è l'interno e l'esterno. Così come con in Wear Art la ricezione degli stimoli esterni riportano ad un sé individuale e poliedrico, ribaltando il concetto. I workshops di Wear Art saranno infatti anche improntati alla lettura data del sé e del prossimo perché l'arte è comunicazione, quindi ascolto e il futuro ci riserva nuove possibilità di coscienze collettive. L'esperienza sarà dedicata alla comprensione delle tecniche e dei materiali ma anche allo sviluppo del gusto personale e condivisibile.

**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

Trasformare e personalizzare qualsiasi indumento o accessorio è una professione completa, perfettamente in linea con un futuro sempre più attento al riciclo e alla sostenibilità ambientale. Colori di alta qualità per tessuto (come i Dekka), specifici per la seta, o per la finta pelle, ma anche elementi di decorazione e l'utilizzo del ricamo e di stencil, diventano la cassetta degli attrezzi per possibili meraviglie.

Una volta acquisita una sensibilità tecnica e artistica nell'uso di questi strumenti, chi possiede visione e contenuto può sviluppare collezioni originali, riempire negozi di capi unici e firmati. Un tocco di determinazione e pazienza, unito a competenze comunicative e di marketing, può trasformare una passione nel mestiere di una vita.



**People  
For  
People.**  
SECOND HAND SHOP





# WE ART ART

People  
For  
People.  
SECOND HAND SHOP



*Sarah Zowyer*

# | FILI CHE RESISTONO

## La rivoluzione dolce di Zoe Romano.

a cura di Carmela Loragno

In un momento storico in cui la moda è chiamata a ripensare se stessa, nei suoi ritmi, nelle sue filiere, nelle sue responsabilità, Zoe Romano appare come una delle voci più lucide e radicali del panorama italiano. Attivista, designer e pioniera del craftivism, Romano intreccia creatività e politica con la stessa naturalezza con cui si intrecciano i fili su un telaio. Per lei, ricamo, cucito e tecniche tessili non sono semplici gesti artigianali: sono strumenti di sovversione culturale, capaci di riportare nei luoghi pubblici pratiche storicamente confinate allo spazio domestico.

La sua ricerca si muove tra open design, autoproduzione e fabbricazione digitale, immaginando un'economia della moda più agile, cooperativa e distribuita. Nel suo sguardo il corpo diventa superficie politica, i capi si trasformano in atti di autodeterminazione e la tecnologia smette di essere feticcio per tornare strumento comunitario.

Romano ci invita a ripensare la formazione, il ruolo dei designer e la cultura del fare, ricordandoci che un futuro più sostenibile non può prescindere da una consapevolezza economica e collettiva. "Non basta saper usare tecnologie sostenibili se non si capisce perché il sistema in cui siamo rende così difficile adottarle". Ed è proprio da qui che partiamo, per esplorare con lei nuove possibilità di produzione, partecipazione e trasformazione.

### **In che modo il craftivism può contribuire a ridefinire la relazione tra produzione, partecipazione e politica nella moda?**

Il Craftivism è una forma di attivismo che utilizza l'estetica delle tecniche tessili per veicolare messaggi politici e agisce innanzitutto come una sorta di sovversione spaziale perché portare il ricamo, il cucito, la maglia negli spazi pubblici come piazze, musei, strade, è percepito

come un gesto profondamente destabilizzante in quanto viola l'abitudine storica che ha confinato queste pratiche nell'invisibilità domestica. C'è un bellissimo libro della storica dell'arte Rozsika Parker uscito nel 1984, ma non tradotto in italiano, che documenta come, dalla metà del XIX secolo, un'arte come quella del ricamo, per esempio, sia stata sistematicamente femminilizzata e svalutata: trasformata da arte rispettata (pensiamo agli arazzi medievali o ai paramenti ecclesiastici) a "passatempo innocuo" per donne borghesi, un'occupazione che le manteneva docili, pazienti e confinate in casa mentre il marito era in viaggio o in guerra. È proprio in quel periodo che la narrazione comune si è trasformata, facendo vedere queste tecniche come espressione di una "naturale" attitudine femminile alla decorazione e alla cura, sminuendo la sua dimensione creativa, tecnica, intellettuale e politica. Attraverso il Craftivism l'abbigliamento torna ad essere un mezzo di autodeterminazione invece che imposizione identitaria dei marchi perché il corpo diventa superficie politica quando si indossano capi modificati con slogan, rammendi colorati o alterazioni che raccontano storie di resistenza, o messaggi di rivendicazione o anche testimonianza di un saper fare che rifiuta l'obsolescenza programmata e celebra la relazione profonda che instauriamo con alcuni abiti. Questa pratica, in momenti collettivi o personali, diventa un esercizio fondamentale per il recupero di saperi marginalizzati trasformandoli in strumenti di emancipazione sociale.

### **Quali sono le sfide e le potenzialità dell'artigianato digitale come pratica sostenibile e comunitaria?**

Partirei dal riflettere sul termine "artigianato digitale". È sicuramente stato un concetto utile per avvicinare le persone a questa tipologia di manifattura che si è diffusa



dal 2005 in avanti, ma l'ho sempre trovato concettualmente fuorviante perché suggerisce una semplice sostituzione tecnologica, come se, per esempio, il taglio laser fosse solo "una forbice più veloce".

Questa lettura riduzionista nasconde la natura trasformativa delle tecnologie di fabbricazione digitale perché attraverso il loro uso si modifica sia il paradigma artigianale che quello industriale, ossia il modo in cui concepiamo, progettiamo e realizziamo la maggior parte degli oggetti. Sia il modello industriale di produzione di massa che quello artigianale, rimangono infatti intrappolati in una logica obsoleta in cui la produzione è anticipata rispetto alla domanda, la manifattura è centralizzata, si spreca energia per distribuire verso i punti vendita e si subisce il rischio dell'invenduto che è un vero e proprio spreco strutturale dovuto anche dalla necessità di prevedere taglie, varianti e quantità. Questa logica genera inefficienza sistemica e alti rischi, infatti anche un brand artigianale più "lento" deve produrre stock, trasportarli da qualche parte, gestire magazzini, e spesso scontare l'invenduto.

La lentezza sicuramente riduce il problema ma non lo risolve. La fabbricazione digitale cambia le regole del gioco, perché si passa da una logica "push" a una logica "pull", dove la produzione è guidata dalla domanda reale anziché dallo spingere al consumo. Si produce solo ciò che è stato effettivamente richiesto, eliminando

completamente la necessità di mantenere scorte, gestire invenduto o organizzare saldi di fine stagione. L'oggetto viene alla luce perché qualcuno l'ha acquistato scoprendone un suo campione fisico o la sua versione digitale, e non perché un brand deve riempire scaffali e magazzini sperando che qualcuno lo acquisti.

Il secondo elemento trasformativo è che a viaggiare sono i file, non i prodotti fisici. Il potenziale della produzione distribuita permette una produzione localizzata vicino al punto di consumo, riducendo drasticamente trasporti, imballaggi e tutta la complessità logistica del modello tradizionale. Questo crea anche resilienza sistemica: la crisi in una supply chain globale non blocca l'intero sistema produttivo, perché la capacità manifatturiera è distribuita territorialmente.

Il terzo aspetto, che è probabilmente il più rivoluzionario, è la variabilità parametrica senza costi aggiuntivi.

Nella manifattura tradizionale, ogni variante comporta costi significativi: stampi diversi, nuovi setup produttivi, gestione di un inventario sempre più complesso. Nella fabbricazione digitale invece ogni pezzo può essere diverso senza sovrapprezzo, rendendo la customizzazione di massa economicamente sostenibile. Scompare completamente il compromesso tradizionale tra personalizzazione e scala economica.

E questo processo non riguarda un tornare alla "lentezza" ma il diventare più agili e veloci nei cambiamenti, non per

accelerare il consumo ma per soddisfare il numero più ampio di pubblici possibili con poco sforzo.

Per questo tendo a definirla Moda Agile - Agile Fashion, proprio per esprimere cosa la distingue dall'industriale e dall'artigianale.

La sostenibilità della fabbricazione digitale si realizza pienamente solo quando questa è inserita all'interno di specifiche configurazioni sociali ed economiche, non quando viene semplicemente adottata come tecnologia isolata. Dal punto di vista economico, la coerenza con i principi di sostenibilità richiede modelli cooperativi attraverso cui gli spazi di condivisione di conoscenze come i makerspace dove si fa pratica con le tecnologie, si connettono in reti con produttori locali coordinati e trasformatori di materiali. Solo così saremo in grado di superare le logiche di sfruttamento per ritrovare la capacità collettiva di riparare e riprodurre gli oggetti, solo quando è necessario.

### **Come può la formazione diventare uno strumento per diffondere una cultura del fare consapevole e inclusivo?**

La formazione nel contesto della fabbricazione digitale non può limitarsi all'addestramento tecnico sull'uso delle macchine. Insegnare a usare una stampante 3D o un software per progettare maglieria, è necessario ma insufficiente: rischia di creare utenti acritici che replicano logiche consumiste con strumenti nuovi, stampando oggetti inutili semplicemente perché "si può fare".

Una formazione realmente consapevole deve integrare la dimensione tecnica con una comprensione critica del sistema produttivo. Questo significa aiutare le persone a interrogarsi su perché produrre, cosa produrre e per chi produrre, prima ancora di affrontare il come.

Quando, per esempio, si insegna a progettare un oggetto parametrico, si dovrebbe contemporaneamente discutere se e come questo oggetto può essere riparato, aggiornato, da dove vengono i materiali con cui è fatto e quali sono le implicazioni ambientali nel suo fine vita?

L'aspetto dell'inclusività richiede un ripensamento radicale di chi tradizionalmente viene considerato il destinatario della formazione tecnologica.

I FabLab e gli spazi maker hanno spesso replicato le esclusioni esistenti, diventando domini di giovani uomini bianchi con background tecnico. Nei primi anni in cui avevamo aperto un Makerspace a Milano, avevo ancora persone che entrando mi chiedevano come mai c'erano anche delle macchine da cucire o da maglieria! Una formazione inclusiva deve attivamente contrastare questa tendenza progettando percorsi che accolgono persone con background diversi, età diverse, competenze diverse, e soprattutto riconoscendo che competenze considerate "non tecniche", come la tessitura, la maglieria, il ricamo, sono in realtà saperi produttivi altamente tecnologici capaci di far dialogare il futuro con la tradizione. Anche perché una macchina da maglieria è molto più complessa e sofisticata di una stampante 3D!

### **Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come rappresentante di uno dei possibili settori e ambiti di applicazione delle loro future professionalità?**

Una delle carenze più urgenti delle scuole di design e moda è che formano studenti tecnicamente competenti ma economicamente ingenui. Si insegna a progettare collezioni, a padroneggiare software, a sviluppare concept creativi, ma si omette sistematicamente di spiegare come funziona realmente l'industria in cui andranno ad operare. Purtroppo questo non è un vuoto neutro: spesso è una scelta pedagogica che produce designer facilmente sfruttabili e soprattutto incapaci di immaginare alternative al sistema esistente.

Gli studenti escono dalle accademie senza comprendere come sono organizzati i conglomerati della moda, chi possiede realmente i brand che considerano "indipendenti", come funzionano le holding finanziarie che controllano interi settori, quali logiche di profitto guidano le decisioni che poi vengono presentate come "scelte creative". Non sanno che i fondi di private equity acquisiscono marchi per estrarne valore nel breve termine prima di rivenderli. Bisognerebbe insegnare come funziona la catena del valore globale: chi cattura il valore in ogni passaggio dalla materia prima al punto vendita? Come funzionano i meccanismi di pricing, markup, posizionamento? Quali sono i margini reali e dove vanno i profitti e per cosa vengono spesi?

La formazione dovrebbe includere l'analisi dei modelli di business alternativi: cooperativismo, economia circolare, modelli consortili. Non come utopie ma come realtà operative, con i loro vantaggi, limiti, e sfide concrete. Questa formazione serve a dare loro agency reale. Una formazione che omette queste dimensioni non sta "proteggendo la creatività" dalla contaminazione economica: sta producendo manodopera creativa incapace di riconoscere e rinnovare le strutture granitiche in cui opera. Sta perpetuando l'idea romantica del "genio creativo" che non si sporca le mani con questioni economiche, mentre in realtà sono proprio quelle questioni che determinano chi può permettersi di fare il designer, in quali condizioni, e al servizio di quali interessi. La cultura del fare consapevole, dunque, non può prescindere dalla consapevolezza economica e politica. Non basta saper usare tecnologie sostenibili se non si capisce perché il sistema in cui siamo rende così difficile adottarle. Non basta avere sensibilità etica se non si comprendono i meccanismi strutturali che trasformano le buone intenzioni in greenwashing, come funzionano le lobby industriali e in che modo sono influenti per far approvare o meno alcune normative. Una formazione veramente emancipatoria deve dare agli studenti gli strumenti per decodificare il sistema in cui operano e per costruirne di alternativi.

**IDI**<sup>®</sup>

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

**MASTER IN  
INTERIOR DESIGN  
Online**

# | SARA CONFORTI HÒFER

L'arte relazionale tra abiti,  
comunità e sostenibilità poetica.

*a cura di Carmela Loragno*

In un momento storico in cui la moda è spesso ridotta a consumo rapido, estetica istantanea e obsolescenza programmata, il lavoro di Sara Conforti Hòfer si staglia come un invito radicale a rallentare, ascoltare, ricordare. Artista, ricercatrice e fondatrice del progetto Centosettantaperottanta, Sara indaga da oltre un decennio il potere dell'abito come archivio sensibile, dispositivo di relazione e strumento politico.

La sua pratica, capace di connettere etica ed estetica, corpo e memoria, individuale e collettivo, mette in discussione le narrazioni dominanti del fashion system per restituire alla vestizione la sua dimensione più profonda: un gesto che ci definisce, ci lega e ci trasforma.

In occasione di Dressing the Future, Sara Conforti Hòfer porta al pubblico la complessità e la delicatezza delle sue indagini sul tessile, sulla cura e sulla narrazione condivisa. Attraverso workshop partecipativi, performance e installazioni, l'artista costruisce spazi in cui gli abiti diventano strumenti di autoanalisi e ponti tra biografie diverse; luoghi in cui le storie intime, fatte di stoffe consumate, ricami, strappi, memorie, si intrecciano fino a generare un nuovo immaginario collettivo.

L'intervista che segue offre uno sguardo privilegiato sul suo percorso: dalla moda come pratica di resistenza poetica alle sperimentazioni condivise con Moleskine Foundation, fino al ruolo della collettività nella rigenerazione simbolica del tessile e nella costruzione dell'identità. Un viaggio nell'arte dell'indossare, dove ogni filo diventa possibilità di futuro.

## **Come può la moda funzionare come strumento di memoria partecipata e costruzione di senso condiviso?**

La mia pratica artistica nasce dal centro vuoto del sistema moda, quel vuoto che nasconde l'enorme importanza dell'atto morale e politico della vestizione in una società che cerca costantemente di definirsi. È nella comprensione

dei nostri gesti quotidiani, nel modo in cui scegliamo di indossare ciò che ci avvolge, che si cela la possibilità di evolvere. Ma questa pratica non è solo antropologica o estetica: è anche un atto di resistenza poetica. Ogni tessuto, ogni ricamo, ogni cucitura racconta una scelta che si oppone alla compulsione della fast fashion, alla velocità che annulla le storie e dissolve le memorie.

Dal 2012 conduco questa indagine attraverso i workshop itineranti di Centosettantaperottanta, percorso artistico iniziato grazie alla collaborazione con il Dipartimento Educazione del Castello di Rivoli Museo d'arte Contemporanea che esplora l'universo femminile, la memoria custodita dagli oggetti vestimentari e la responsabilità nei confronti del pianeta. È un'indagine tra abito e habitus, uno scavo nei guardaroba per far emergere memorie, sentimenti, vite intrecciate con gli oggetti vestimentari – spesso accompagnata da fotografie in cui ci si ricorda felici, che entrano nell'indagine come testimoni di un vissuto condiviso.

La metodologia è semplice e ripetibile, ma ogni incontro produce risultati unici: ogni capo d'affezione diventa protagonista di un'autopsia affettiva, strumento per comprendere chi siamo e chi possiamo diventare.

Una giacca sdrucita dal viaggio in treno, il vestito di una festa che non tornerà, la camicia di un padre scomparso, la sciarpa di una madre che ha amato troppo: ogni oggetto trasporta un frammento di storia, un segreto custodito, un'emozione da condividere. E in questo atto di cura e attenzione, ogni capo diventa gesto di sostenibilità: si riattiva, si rigenera, si oppone alla logica dell'usa e getta. Gli incontri trasformano questi frammenti in narrazione collettiva. Le donne raccontano, ricamano, scrivono, e mentre lo fanno le storie si intrecciano, diventano visibili, materiali, tangibili. Ogni capo, ogni ricamo, ogni parola diventa ponte tra l'intimo e il gruppo, tra il privato e il pubblico. Alcune memorie evocano dolore, altre gioia, altre ancora la fragile bellezza di chi è appena arrivato



alla vita o di chi non c'è più. Tutto ciò diventa patrimonio comune, memoria condivisa che sopravvive e si moltiplica, un filo invisibile che collega passato, presente e futuro. Il progetto restituisce queste storie attraverso esposizioni e pratiche partecipative, dove il pubblico può entrare in contatto diretto con gli oggetti e con le storie di chi li ha indossati. È in questo intreccio che la moda smette di essere semplice abito e diventa archivio, narrazione, testimonianza, memoria viva: un medium capace di restituire senso, costruire legami e instillare un nuovo sguardo sulla sostenibilità e sulla poesia dell'indossare. Diretta conseguenza delle indagini di Centosettantaperottanta è il progetto performativo 13600 Hz – Concerto per macchine per cucire, che dal 2013 costruisco attorno al suono delle macchine da cucire. Ogni edizione è un Tableau Vivant site-specific, dove scenografia, suoni e presenze corporee delle partecipanti vengono modellati sul tema della ricerca. Le donne dei workshop vengono coinvolte nell'espressione corporea e drammaturgica, dando forma performativa ai contenuti delle loro indagini personali. L'agire, la ripetizione dei gesti e la spettacolarizzazione delle riflessioni diventano gesto politico e poetico, una denuncia consapevole delle distorsioni produttive del fashion system che fagocita identità, storie, vite e sostenibilità.

**Come nasce l'installazione Centosettantaperottanta – What comes First? e in che modo il taccuino Moleskine è diventato un medium efficace per amplificare la tua ricerca legata a storie di trasformazione e resilienza legate all'abito?**

Nel dicembre 2020, Moleskine Foundation mi ha invitata a creare un esclusivo taccuino d'artista AtWork da inserire nella sua prestigiosa collezione e, parallelamente, la Florence Biennale mi ha chiamata come Guest of Honour alla XIII edizione dedicata all'universo policromo e multiforme della femminilità: ETERNAL FEMININE | ETERNAL CHANGE.

Da queste due occasioni intrecciate nasce un'edizione speciale del mio progetto Centosettantaperottanta. Fino a quel momento, il taccuino non era mai stato utilizzato come mezzo per una ricerca così articolata: la sua dimensione intima, tascabile, densa di possibilità, ha consentito, in una situazione di estrema emergenza e lontananza fisica, di condensare l'esperienza di settanta partecipanti in un lavoro che durante la pandemia altrimenti non avrebbe potuto emergere, non avrebbe potuto concretizzarsi.

Il taccuino Moleskine – spedito, compilato e restituito – è diventato un medium potente: raccoglie storie, ricordi, emozioni, frammenti di abiti e di vita, permettendo di

dare forma a una narrazione organica, individuale e collettiva. Nel progetto, grazie a una prassi partecipativa e "tassonomica", ciascuna conduce vere e proprie autopsie affettive dei propri indumenti, costruendo un archivio di reminiscenze vestimentarie fatto di parole, segni e ricami. Gli abiti diventano protagonisti silenziosi di un viaggio del Sé in relazione al gruppo, strumenti per far nascere nuove narrazioni collettive, spesso accompagnati da fotografie che evocano memoria, felicità e nostalgia.

In questa versione speciale ho integrato la domanda *What comes first?*, del format educativo AtWork, creando un archivio condiviso di esperienze e storie.

Ogni partecipante ha compilato il proprio taccuino e realizzato un ricamo personale rispondendo alla domanda; i workshop, iniziati con le utenti di Fragole Celesti, comunità per la cura di abusi, violenze e maltrattamenti, si sono estesi a decine di altre donne, coinvolte tramite inviti personali. Tra modalità online e incontri in presenza, più di dieci workshop hanno disseminato e spedito storie, abiti e ricami lungo tutta la penisola.

I taccuini e i ricami, giunti nel mio studio da ogni angolo d'Italia, sono stati elaborati e restituiti al pubblico prima a Palazzo Barolo di Torino e poi a Firenze, per la XIII Florence Biennale 2021. Ho scelto una formula ispirata ai Libri della Fortuna del Rinascimento: il pubblico, interrogandosi anch'esso sulla domanda *What comes first?*, estraeva un numero da un insieme di piccoli sassi cifrati, corrispondente a un ricamo e, successivamente, al taccuino dello stesso numero. In quel gesto semplice e casuale, chi osservava entrava in contatto empatico con la storia di una compilatrice anonima, diventando a sua volta parte della narrazione.

Concepisco il mio lavoro come un intreccio costante tra etica ed estetica, tra poesia e responsabilità.

La pratica artistica è operatività relazionale, un'arte di psicoanalisi interpersonale, motivata dal desiderio di contribuire a un cambiamento sociale e spirituale, alla costruzione di una felicità condivisa e sostenibile. I taccuini e i ricami di Centosettantaperottanta – *What comes first?* sono strumenti di autoanalisi introspettiva, documenti di percorsi di vita e trasformazione collettiva, tracce che suggeriscono possibili futuri stati d'animo. L'augurio per chi decide di avventurarsi in questa pratica combinatoria è uno solo: Buona Fortuna.

### **Qual è il ruolo del processo collettivo nella rigenerazione simbolica del materiale tessile e nella costruzione dell'identità?**

Il processo collettivo, per me, è il luogo dove il materiale tessile smette di essere semplice oggetto e torna a essere corpo, voce, possibilità. È il punto in cui l'abito, con le sue cuciture, le sue fratture, le sue macchie e le sue resistenze, si rigenera simbolicamente perché attraversato da più sguardi, più mani, più memorie. In solitudine un capo dice qualcosa; nel gruppo dice molto di più. Nei workshop di Centosettantaperottanta, quando le partecipanti iniziano a condividere le loro storie d'abito, accade una trasformazione quasi fisica: il tessuto, manipolato, osservato, raccontato, si carica di nuovi significati, si

libera da quelli che lo immobilizzavano, ne assume altri in una rinascita collettiva e poetica. Il processo è lento, stratificato. Una donna apre una borsa e tira fuori una camicetta appartenuta alla madre; un'altra tocca quella stoffa e ricorda la sua; una terza si riconosce in un colore, in una piega, in un profumo rimasto intrappolato nella trama. Allora il capo individuale diventa comune, si trasforma in materia viva, in specchio dell'esperienza condivisa, in atto di cura e sostenibilità.

Questo attraversamento plurale permette una rigenerazione simbolica del materiale tessile: il dolore si alleggerisce, la memoria si amplifica, il vissuto privato si fa patrimonio. Il processo collettivo funziona come un cerchio: il capo torna a chi lo ha portato, ma non è più lo stesso. Porta con sé le parole ascoltate, le emozioni accolte, i silenzi condivisi. È un oggetto che ora contiene molte identità e, proprio per questo, consente a ognuna di ridefinire la propria.

Costruire identità attraverso il tessile significa riconoscersi nelle storie degli altri, accettare che ogni indumento è un contenitore di vissuti e che il gesto del raccontarlo insieme, senza giudizio, ricuce qualcosa dentro di noi.

La collettività, in questo senso, non è un semplice contesto: è il motore che permette il passaggio dall'intimo al politico, dall'abito al habitus. È lì che la trasformazione avviene davvero, dove ogni filo sciolto può trovare un nuovo nodo, un nuovo senso, una nuova possibilità di essere, poetica e sostenibile.

L'installazione Centosettantaperottanta – *What Comes First?* di Sara si presenta come un'opera di grande impatto emotivo e culturale, capace di intrecciare arte, memoria e identità attraverso il linguaggio della moda.

Questo primo capitolo del progetto ha coinvolto 70 partecipanti durante l'emergenza pandemica da Covid-19, che hanno condiviso le proprie storie legate a un abito d'affezione. Al centro del progetto c'è il taccuino Moleskine, utilizzato come medium narrativo per raccogliere racconti di trasformazione, resilienza e legame personale. Il lavoro ha dato vita a uno speciale taccuino d'artista, donato alla Collezione di Moleskine Foundation e recentemente esposto al Palais de Tokyo di Parigi e all'Osservatorio del One World Trade Center di New York nell'ambito della mostra Moleskine Detour 2.0, insieme alle opere di artisti internazionali come Tord Boontje, Hans Ulrich Obrist, Nicholas Hlobo, William Kentridge, Francis Kéré, Pascale Marthine Tayou, Sue Williamson e Sigur Rós.

L'installazione non è solo testimonianza artistica, ma esperienza collettiva che stimola una riflessione profonda sulla relazione tra oggetto, corpo e vissuto.

Attraverso il dialogo tra l'abito e l'"habitus" la dimensione sociale e culturale delle abitudini, Conforti Hofer propone la moda come strumento di introspezione e costruzione di senso condiviso.

Il progetto assume anche una forte valenza pedagogica e metodologica: attiva un processo di memoria partecipata e di rigenerazione simbolica del materiale tessile.

L'abito diventa veicolo per narrare storie individuali

e collettive, trasformandosi in un ponte tra passato e presente, tra esperienza personale e tessuto sociale. Grazie a questa prospettiva, la moda si configura come un ambito fertile per la rigenerazione culturale e identitaria, capace di valorizzare le narrazioni di resilienza e di appartenenza.

Sara Conforti Hòfer, ospite alla XIII Florence Biennale, ha ricevuto il Premio alla Carriera del Presidente, riconoscimento che sottolinea l'importanza e l'impatto del suo lavoro nel panorama artistico contemporaneo. Centosettantaperottanta – What Comes First? rappresenta così un esempio di come la creatività possa diventare strumento di coesione sociale, aprendo spazi di dialogo e riflessione sulle trasformazioni del nostro tempo.

Abbinato all'installazione, il taccuino realizzato dall'artista per Moleskine Foundation Collection - Courtesy of Moleskine Foundation Collection.

Moleskine Foundation possiede la più grande collezione di taccuini d'artista dei nostri tempi: oltre 1.600 donati dagli autori per sensibilizzare sul valore della creatività come strumento di cambiamento sociale. È un archivio di creatività, un progetto culturale iniziato nel 2006 che da allora è cresciuto ed evoluto costantemente.

Ogni taccuino racconta una storia diversa, un sogno o un progetto, un modo distintivo di essere e di relazionarsi con il mondo, aprendo nuovi punti di vista su un mondo contemporaneo sempre più complesso e variegato attraverso l'estrema libertà delle sue pagine bianche.

I taccuini sono pieni di pensieri, schizzi, immagini, idee appositamente creati da artisti e designer, architetti e musicisti, registi e filosofi, così come dai Creativity Pioneers che raccontano le storie delle loro organizzazioni.



# INTERWEAVING

# | L'ARTE DELLA CURA

## Una conversazione con Cristina Mandelli.

a cura di Carmela Loragno

Artista e ceramista torinese, Cristina Mandelli porta nella materia un'attenzione radicale verso ciò che è fragile, essenziale, quasi invisibile. La sua pratica, sospesa tra pittura, disegno e ceramica, attraversa il limite sottile che unisce corpo e ambiente, realtà e immaginario, trasformando il gesto manuale in un atto poetico e politico. Nei suoi lavori la terra diventa racconto, la lentezza diventa scelta, l'imperfezione diventa verità.

In occasione di Dressing the Future, Mandelli conduce il workshop Sustainable Hanger, dove un oggetto quotidiano e marginale come la gruccia si trasforma in una micro-scultura funzionale e consapevole.

Attraverso la ceramica, materiale antico e rivelatore, l'artista invita a ripensare il rapporto con gli oggetti che abitano i nostri gesti più semplici, portando nel mondo della moda circolare un approccio fatto di cura, ascolto e responsabilità.

In questa intervista ci accompagna dentro la sua visione: un modo di fare e di pensare in cui il valore non si misura in quantità, ma nel tempo dedicato alle cose; in cui il designer diventa interprete dei materiali e delle loro storie; e in cui la sostenibilità è, prima di tutto, una forma di sensibilità.

**Nel tuo workshop Sustainable Hanger ogni gruccia diventa una piccola scultura funzionale. Come si costruisce, secondo te, l'equilibrio tra utilità e bellezza?**

L'equilibrio nasce quando un oggetto smette di esistere solo per rispondere a un bisogno, e comincia a raccontare qualcosa. Per me utilità e bellezza non sono mai in contrapposizione: sono due forze che si cercano. La gruccia è un oggetto minimale, quasi invisibile nel nostro quotidiano, ma proprio per questo è perfetta per sperimentare una nuova forma di attenzione.

Quando la modelliamo in ceramica, la sua funzione rimane sostenere, accogliere e custodire ma acquista una presenza poetica. Diventa un piccolo paesaggio domestico che ci ricorda che anche ciò che consideriamo marginale può avere una dignità estetica. L'equilibrio è questo: riconoscere valore all'ordinario.

**La ceramica è una materia antica, ma anche fragile e resistente allo stesso tempo. Cosa rappresenta per te lavorare con questo materiale in un discorso di sostenibilità?**

La ceramica contiene una doppia verità: è terra e fuoco, fragilità e permanenza. Per questo è un materiale profondamente sostenibile: ci obbliga a rallentare, a riconoscere i tempi naturali, a pensare in termini di durata e non di consumo. Trattarla significa accettare che ogni gesto lascia una traccia. Significa imparare a "leggere" la terra, a comprendere da dove viene la materia e quali trasformazioni attraversa per diventare forma.

È un esercizio etico oltre che estetico. Nel mio lavoro la ceramica è un alleato prezioso perché non concede scorciatoie: insegna la cura, la responsabilità, l'ascolto del materiale. Valori fondamentali per un discorso contemporaneo sulla sostenibilità.

**In un mondo dominato dalla produzione industriale e veloce, la tua pratica valorizza lentezza, manualità e imperfezione. È anche una forma di resistenza?**

Sì, è una forma di resistenza dolce ma determinata. Viviamo in un tempo che ci chiede efficienza, rapidità, replicabilità. La ceramica è l'esatto contrario: richiede lentezza, attenzione, ripetizione consapevole.

Ogni pezzo è diverso, ogni imperfezione è una firma. Scegliere una pratica come questa significa affermare che il valore non sta nella quantità, ma nella qualità del

tempo che dedichiamo alle cose. Per me la resistenza non è opposizione frontale, è persistenza del gesto: continuare a lavorare con le mani, continuare a credere che la bellezza si costruisca centimetro dopo centimetro, e che l'imperfezione non sia un difetto ma una forma di verità.

**Come immagini il ruolo dell'artista in questo nuovo orizzonte della moda e del design circolare?**

L'artista è, sempre di più, un mediatore: tra materiali e persone, tra territori e immaginari, tra produzione e responsabilità. Credo che il nostro compito sia quello di aprire domande, non di chiuderle. Nel contesto della moda circolare, l'artista può fare molto: può rendere visibili i processi, restituire valore ai gesti, creare ponti tra discipline diverse. Ma soprattutto può ricordare che il cambiamento non è solo tecnico o tecnologico: è culturale. La transizione ecologica ha bisogno di emozioni, di simboli, di nuovi alfabeti estetici. E lì, io credo, l'arte può fare la differenza.

**Quali competenze pensi che i giovani designer dovrebbero sviluppare — o quale "cassetta degli attrezzi" dovrebbero costruire — per avvicinarsi alla tua area di competenza, come uno dei possibili ambiti professionali?**

Immagino una cassetta degli attrezzi che non contenga solo strumenti tecnici, ma strumenti interiori. Per lavorare davvero con la materia, qualunque essa sia, occorre sviluppare almeno cinque competenze fondamentali:

**L'arte dell'osservazione lenta.**

La capacità di vedere ciò che accade nei dettagli, di riconoscere i micro-cambiamenti, di leggere il comportamento della materia.

**Una manualità allenata e consapevole.**

Non per nostalgia dell'artigianato, ma perché la mano pensa insieme alla mente. La manualità è un'intelligenza.

**La disponibilità ad accogliere l'errore.**

La ceramica educa a questo: l'imprevisto può diventare linguaggio, stile, innovazione.

**Una sensibilità ecologica reale.**

Comprendere il ciclo di vita dei materiali, il loro impatto, la loro storia. Ogni scelta progettuale è anche una scelta politica.

**L'attitudine alla co-creazione.**

Il designer di oggi non lavora più da solo: dialoga con comunità, artigiani, territori, sistemi produttivi.

Se dovessi dirlo in una frase sola: un giovane designer dovrebbe imparare a toccare il mondo senza consumarlo. È da lì che nasce tutto.



VA

LUE

# | LA MODA CHE INCLUDE

## Il percorso di Luisa Della Morte tra etica, bellezza e empowerment delle fragilità.

*a cura di Carmela Loragno*

Luisa Della Morte porta una prospettiva umanistica e inclusiva, centrata sulla moda come strumento di reinserimento e rigenerazione sociale. Il suo lavoro si concentra su progetti che coinvolgono persone in situazioni di fragilità, detenuti, migranti, donne vulnerabili, in percorsi formativi e produttivi che restituiscono dignità e competenze.

Attraverso la creazione condivisa, Della Morte dimostra come la moda possa diventare un mezzo di riscatto e partecipazione, capace di generare valore non solo economico, ma anche umano e relazionale.

Il suo approccio integra formazione, etica e bellezza come strumenti di trasformazione concreta.

### **Come la moda può diventare uno strumento di reinserimento e inclusione sociale concreto?**

La moda è molto più di ciò che indossiamo: è un linguaggio universale che parla di identità, appartenenza e possibilità. Quando pensiamo al reinserimento sociale, spesso immaginiamo percorsi complessi, ma la moda può essere una chiave semplice e potente.

Creare opportunità di formazione e lavoro nel settore significa dare alle persone strumenti concreti per ricostruire la propria vita, ma anche per ritrovare fiducia in sé stesse. Ogni collezione, ogni progetto inclusivo racconta una storia di resilienza e di rinascita. E questo è il punto: la moda non deve limitarsi a essere inclusiva nelle immagini, ma deve esserlo nei processi, nelle filiere, nelle scelte quotidiane. Così diventa davvero un motore di cambiamento sociale, capace di trasformare fragilità in forza e diversità in valore.

### **Quali sono le esperienze o i progetti che dimostrano il potere trasformativo del lavoro creativo per le persone fragili?**

Il potere trasformativo del lavoro creativo nella moda è evidente in tanti progetti italiani che uniscono artigianato,

inclusione e sostenibilità. Penso alle sartorie sociali come Progetto Quid di Verona, che trasforma eccedenze tessili in collezioni etiche, offrendo lavoro a persone vulnerabili come ex detenute e vittime di violenza.

Ci sono iniziative che nascono anche dentro le carceri, come Cooperativa Alice, dove la formazione sartoriale riduce la recidiva e restituisce dignità. E poi esperienze che intrecciano culture, come Kechic a Milano, che coinvolge migranti nella creazione di abiti con tessuti wax africani o il laboratorio Taivè, che con il riciclo di tessuti produce accessori e coinvolge donne in prevalenza Rom. In tutti questi casi, la moda non è solo produzione: è relazione, è opportunità, è narrazione di rinascita. Quando un abito, un oggetto porta con sé una storia di resilienza, il valore non è solo estetico, ma profondamente umano.

### **In che misura la dimensione relazionale e comunitaria del design può ridefinire il concetto stesso di innovazione sociale?**

Il design non è solo forma e funzione: è relazione. Quando la dimensione comunitaria entra nel processo creativo, il concetto di innovazione sociale cambia radicalmente. Non si tratta più di creare oggetti, ma di generare connessioni, ascolto e co-progettazione. Come nelle sartorie sociali o nei laboratori partecipativi in cui il design diventa un'esperienza condivisa, dove chi progetta e chi utilizza si incontrano per costruire soluzioni che rispondono a bisogni reali. Questa interazione produce valore culturale e sociale, perché trasforma il prodotto in un simbolo di appartenenza e inclusione. In questo senso, innovare non significa solo introdurre nuove tecnologie, ma ripensare i processi per renderli più umani, aperti e collaborativi. È così che il design diventa motore di comunità e di cambiamento. Si può misurare l'impatto sociale del design, andando oltre i numeri e osservando le trasformazioni reali nelle persone e nelle comunità. Certo, ci sono indicatori quantitativi come il

numero di persone coinvolte, le ore di formazione, i tassi di inserimento lavorativo. Ma il vero valore emerge dai dati qualitativi: storie di autonomia ritrovata, relazioni costruite, senso di appartenenza.

### **Un progetto per il futuro?**

Immagino un progetto che costruisca una rete di micro-imprese sartoriali gestite da donne che vogliono ricostruire la propria vita. Non si tratta solo di insegnare a cucire, ma di dare strumenti per diventare imprenditrici: competenze sartoriali, digitali e di gestione d'impresa. Il cuore del progetto è la comunità: laboratori condivisi, mentorship con designer e brand etici, accesso a microcredito e piattaforme e-commerce per raccontare e vendere i prodotti. Ogni capo non è solo un prodotto, ma una storia di autonomia e rinascita. Così la moda diventa un motore di empowerment femminile e di innovazione sociale, trasformando fragilità in forza e creatività in futuro.

# RE

# BI

# RTH



# REDAZIONE

## DIRETTORE RESPONSABILE

Carmela Loragno

## EDITORE

Global Business Srl  
Via Albricci 9 - 20122 Milano

## REDAZIONE E COLLABORATORI

Nicola Carbonara  
Carmela Loragno  
Gianluca Gervasoni  
Simona Losito  
Alessandra Savino

## GRAPHIC DESIGNER

Martina Andriani

## CONTATTI

Design Lifestyle  
Via Albricci 9 - 20122 Milano  
Pubblicazione Trimestrale  
Registrata al Tribunale di Milano  
al n. 1 del 3 Marzo 2017

## DESIGN LIFESTYLE N.2

Anno 8 - Dicembre 2025  
Trimestrale

Nomi e aziende sono citati senza responsabilità

“ Eleganza non è farsi notare, ma farsi ricordare. ”

- **Giorgio Armani** -

