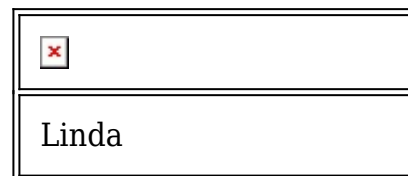


“La moda è un veicolo di promozione e di valorizzazione sociale, personale ed estetico. Quando la moda serve la persona - la persona singola e concreta, anche quella malata o portatrice di handicap - la moda è più moda”. Questo il tema del Quinto Convegno di Fashion For Good, il seminario permanente su Moda, Etica e Responsabilità Sociale d’Impresa, che si è svolto lo scorso 12 luglio, nell’ambito delle manifestazioni di AltaRoma, presso la Camera di Commercio di Roma. “La moda è un veicolo di promozione e di valorizzazione sociale, personale ed estetico. Quando la moda serve la persona - la persona singola e concreta, anche quella malata o portatrice di handicap - la moda è più moda”. Questo il tema del Quinto Convegno di Fashion For Good, il seminario permanente su Moda, Etica e Responsabilità Sociale d’Impresa, che si è svolto lo scorso 12 luglio, nell’ambito delle manifestazioni di AltaRoma, presso la Camera di Commercio di Roma.

In occasione del convegno sono stati presentati due progetti, originali e innovativi, che hanno valorizzato l’utilità oltre all’estetica dell’abito: LINDA, un abito per l’Alzheimer, primo progetto di questo tipo in Europa, degli studenti dello IED di Roma, e WHITE CANE LABEL, un’iniziativa per rendere più indipendenti i non vedenti, degli studenti del Rochester Institute of Technology di New York.

LINDA, un abito per l’Alzheimer, è un concorso su idea di Luisa Bartorelli e Stefania Giacobini - bandito da “Fashion for Good” insieme ad “Alzheimer Uniti Roma”, l’Associazione delle famiglie dei malati di Alzheimer e degli operatori dedicati, e con il patrocinio di Alta Roma; il progetto, nasce in ricordo di una paziente di Alzheimer oggi scomparsa e ha coinvolto molti studenti di moda e design nella presentazione di proposte di capi comodi ed adatti a persone affette dalla malattia.

I vincitori del concorso sono gli studenti dello Ied di Roma Ayca Ak, Giulia Bagella e Alexia Del Toro, del corso di Fashion Design, e Stefano Pistilli e Felice Strippoli del corso di Industrial Design, che hanno realizzato, col supporto di Lydda Wear, ditta specializzata nella produzione di abiti per disabili, un abito- mantella, chiamato "Caldi Abbracci", che assicura vestibilità, eleganza e confort, per mezzo di tagli sapienti e col supporto di un'alta cintura elastica con chiusura in velcro.



"E' stato molto bello lavorare direttamente con i malati - a volte è stato duro - ma ci ricorderemo sempre di questa esperienza. Abbiamo pensato ad un capo che potesse essere usato anche da non malati e che contenesse anche un alto valore estetico." , con queste parole Stefano Pistilli ha commentato il successo del progetto.

La commissione ha assegnato il primo premio a questo progetto, in virtù del valore intrinseco del design, che accomuna le esigenze di stile e di bellezza di ogni persona, con le necessità specifiche di un paziente colpito dall'alzheimer, ovvero movimento, sensorialità e rapporti col mondo esterno.

Il vicesindaco di Roma, Maria Pia Garavaglia, in occasione della premiazione del Progetto Linda, ha elogiato l'iniziativa, che porta alla luce le difficoltà delle persone colpite da Alzheimer e delle famiglie coinvolte e il lavoro delle associazioni che si prendono cura di questi tipi di pazienti; il progetto è stato inoltre un' occasione preziosa per sensibilizzare le nuove generazioni su tematiche importanti dal punto di vista umanitario e sociale che possono arricchire la moda di contenuti e creatività.

WHITE CANE LABEL è invece il progetto di Jaimen Brill e Asmah Abushagur, due ragazze

del Rochester Institute of Technology, che hanno voluto aiutare concretamente le persone non vedenti o con forti problemi visivi ad essere più indipendenti nell'identificare gli abiti. L'idea innovativa consiste nel dotare i capi d'abbigliamento di speciali etichette in tessuto, con scritte e simboli in Braille, che riportino tre tipi di informazione: colore, taglia e possibilità di miglior coordinamento con altri capi; una seconda etichetta contiene le istruzioni per il lavaggio.

Il progetto prevede inoltre la realizzazione di un sito internet parlante che venda questo tipo di abbigliamento e che sia in grado di offrire consigli e suggerimenti ai non vedenti, sulla base di un questionario rivolto agli utenti del sito finalizzato a conoscerne i gusti e le necessità.

Iniziative di questo tipo raccolgono le istanze di cambiamento all'interno del settore moda che provengono dai consumatori e da molti addetti ai lavori e sono volte a ridefinirne le finalità e i campi d'intervento.

L'abito da sempre svolge una funzione fondamentale nella costruzione dell'identità dell'individuo all'interno della società e negli ultimi tempi, soprattutto in riferimento alle tematiche sorte in seno alla globalizzazione, sta emergendo la richiesta di una moda etica, integrata nella società e rispettosa dei diritti di tutti.

L'industria della moda è un'impresa culturale molto influente, in grado di attirare su di sé l'attenzione mediatica di tutto il mondo; è necessario dunque dare visibilità a quanti nel settore spingono per un cambiamento di direzione, in prospettiva di un futuro in cui la moda, dal patinato mondo delle griffes al più accessibile pronto moda, garantisca dignità alla persona.