



*Campo di lino*

Fresco, tenace, lucido, il lino è da secoli un pregiato protagonista sia dell'abbigliamento estivo di uomini e donne (malgrado qualche stropicciatura) sia della biancheria per la casa (lenzuola, tovaglie, asciugamani). Per farlo riscoprire ed amare ad un pubblico più vasto di quello degli happy few, raffinati estimatori, è in corso da un paio d'anni la campagna di promozione "AMO IL LINO" (cofinanziata in parti uguali dall'UE e dalla filiera del lino CELC - **Confederazione Europea del Lino e della Canapa**), che ogni anno si focalizza su uno Stato diverso tra Francia, Italia, Gran Bretagna. L'annata 2016-17 è declinata appunto sul nostro Paese, che attraverso un piano d'azione speciale in partnership con marchi leader della distribuzione mira a valorizzare agli occhi del consumatore finale questa fibra naturale sinonimo di comfort e sostenibilità ambientale, oltre che di bellezza, ideale per tutti i settori, dalla moda allo sport&tempo libero, dal lifestyle alla casa, dall'arredamento all'edilizia, dall'igiene all'alimentazione.

A ciò si aggiunga che al lino sono associabili i concetti di risorsa locale e rinnovabile, innovazione derivante dal biologico, quindi di origine e tracciabilità, di competenza e di



trasmissione: materia sperimentale, forza pulsante di un'economia del "no nonsense", piacere immediato non condizionato da trend del momento, fautore di un marketing emozionale tutto suo.

Fibra europea per eccellenza (il Vecchio Continente ne è il primo produttore mondiale), il lino è diventato - per usare le parole del noto designer francese **Philippe Nigro** coinvolto in questa iniziativa - « portavoce, baluardo dei prodotti di qualità, come reazione ad un sistematico invecchiamento. Per i designer è diventato essenziale, quando si lavora con i materiali, la fibra non mente... Produrre in maniera corretta, preoccuparsi del riciclaggio nel rispetto del materiale stesso e dell'ambiente: è adesso, è per il futuro ». Nigro ha poi aggiunto: «Il lino prodotto europeo? Sì, bisogna incoraggiare la produzione locale, è un settore in piena rinascita, e possiamo esserne fieri. I giovani alternativi hanno incoraggiato questo rilancio; più che una moda, è un ritorno alle origini. Per me, il lino è sorprendentemente ipertecnologico. Il lino mantiene la promessa della sostenibilità, per il pianeta e nel guardaroba». D'altro canto Clemente Sironi, Presidente della Sezione Lino-Sistema Moda Italia, l'ha definito «una fibra di innovazione e di civilizzazione che identifica il know-how dei filatori e tessitori italiani; una fibra di carattere che risponde alle esigenze del consumatore».

Vediamo ora alcune delle azioni previste nell'ambito della campagna AMO IL LINO:

## **EVENTI**

**Dal 4 all' 11 Maggio 2017**

Un campo di lino nel cuore di Milano, in **Via**  
**MonteNapoleone**, volto a ricordarci l'origine agricola di



*Allestimento di Via MonteNapoleone -  
Schizzo*



questo prodotto, la sua coltura e i suoi molteplici impieghi. Un'installazione creata da **Philippe Nigro** che mette in luce l'innovazione, la creatività del lino e i suoi valori: campione dello sviluppo sostenibile e fibra di qualità premium.

A proposito dell'esposizione in via MonteNapoleone, si tratta di un evento per il grande pubblico a metà strada tra un'installazione artistica e una mostra pedagogica per illustrare le diverse tappe della trasformazione del lino. Per la prima volta nell'illustre strada dello shopping è possibile ammirare un vero e proprio campo di lino che si estende dalla Piazzetta Croce Rossa fino a Piazza San Babila. In loco si possono ammirare anche balle di paglia di lino estirpato, lino pettinato prima della filatura, rocche di filato e rotoli di tessuto multicolore, all'interno di un percorso a tappe ritmato da box in vetro a testimoniare la versatilità del materiale in tutte le sue interpretazioni; e poi una scenografica struttura luminosa realizzata con oltre 1500 metri di tessuti. Come se non bastasse, 60mila sacchetti di semi di lino sono offerti ai visitatori, dando loro l'occasione di piantarli sul proprio balcone, terrazza o giardino.

### **Una vetrina decorata da John Malkovich**

L'estroso **John Malkovich** esporrà la sua visione della moda in una delle vetrine che scandiscono l'iter della mostra. Il famoso attore-stilista ha dichiarato al riguardo:



“Interpretare l’essere e l’apparire; coltivare l’eleganza e la propria originalità, nel linguaggio così come nel nostro abbigliamento, ecco ciò che riassume in gran parte il mio percorso artistico che si esprime, fra l’altro, attraverso i tessuti di lino”.

**Guglielmo Miani**, Presidente di **MonteNapoleone District**, ha puntualizzato: “Il lusso sostenibile è un aspetto molto importante, oggi più che mai. Credo che l’autentico “Made in Italy”, anche quando parliamo di condizioni di lavoro etico, non abbia eguali in termini di qualità e di rispetto del territorio. Il lino ha una freschezza e una consistenza uniche, motivo per cui la maggior parte dei brand di lusso lo scelgono. Il lino è fondamentale in una collezione, per garantire un alto livello di comfort e di qualità, e rappresenta un must nel guardaroba di un gentleman sofisticato”.

## SHOPPING



Dal 4 all’ 11 Maggio 2017

*I negozi che espongono “Amo il Lino”*

Una campagna d’informazione commerciale, presso una selezione di reti e di punti vendita indipendenti.

I circuiti di distribuzione multicanale ampliano il target in modo capillare, toccando tutte le abitudini di acquisto.

Via Montenapoleone come epicentro di questo itinerario retail.

Nello stesso periodo lo slogan “Amo il Lino” anima i negozi partner che, nelle loro collezioni, propongono un’offerta ad hoc.

Prêt-à-porter Donna, Prêt-à-porter Uomo, accessori, ma anche biancheria per la casa, per la camera da letto, per la tavola... Si cerca così di mettere in risalto tutta la diversità del lino per i clienti alla ricerca di naturalezza, di tracciabilità e di significato.



## ACADEMY

Da Ottobre 2016 a Maggio 2017

Un programma “**Design With Flax**” in collaborazione con **POLI.design** per gli studenti del III anno del Corso di Laurea Triennale in Design della Moda.

La formazione prosegue anche in altri istituti e coinvolge gli studenti di Fashion e Design dell’**Istituto Marangoni**. Un incontro mirato al tema «New Sustainable Fashion - crafting innovative business models through sustainability» con al centro i valori del lino è previsto anche al Milano Fashion Institute.

L’obiettivo è spiegare ai giovani creativi la modernità del lino, la sua flessibilità ad interpretare gli importanti cambiamenti sociali in atto e le risposte che questa fibra può dare alla richiesta di benessere per la persona e l’ambiente, così come di responsabilità lungo tutto il percorso dalla coltivazione al prodotto finito.

Segnalando che è anche disponibile un sito dedicato - [sololino.it](http://sololino.it)-, una piattaforma di informazioni e notizie in tempo reale - vogliamo citare infine un’antica poetessa greca amica di Saffo, di nome Erinna (IV secolo a.C.), la quale ci ricorda che la Signora del Destino, la Moira, tesse i nostri destini con fili di lino. Sottili, ma resistenti. E comunque belli.