

Storia d'impresa - 25/10/2024

Con "Making it" Campaign For Wool e Vitale Barberis Canonico celebrano i giovani sarti

L'iniziativa valorizza la sostenibilità, l'artigianato, lo stile e l'arte del fatto a mano. Le parole di Francesco Barberis Canonico



Campaign for Wool e **Vitale Barberis Canonico**, lanificio tra i più antichi al mondo e guidato dalla passione di una famiglia, si impegnano a sostenere il futuro della sartoria attraverso il progetto **"Making It"** presentato con una serata che si è tenuta all'Arco di Wellington a Londra, con Paul Croughton, direttore di Robb Report, in conversazione con cinque giovani sarti.

Il progetto

Il progetto "Making It" ha seguito **il percorso di Alistair Nimmo, Emily Hayward, Francis Paley, Molly Anderson and Nicholas Simon**, attraverso una serie di video, mentre creano capi fatti a mano utilizzando tessuti in lana Merino australiana di Vitale Barberis Canonico. **I sarti hanno visitato il lanificio a Biella**, scoprendo da vicino macchinari all'avanguardia e la produzione di tessuti, prima di scegliere i loro materiali per iniziare il processo di creazione.

Il commento di Francesco Barberis Canonico

Nel 2023, Vitale Barberis Canonico ha celebrato il 360° anniversario dell'attività laniera della famiglia Barberis Canonico, con la 13° generazione alla guida dell'azienda. **Il focus è sulla qualità dei tessuti in lana** che produce utilizzando materie prime naturali sostenibili. Utilizzando principalmente lana Saxon Merino australiana, Vitale Barberis Canonico seleziona le migliori materie prime e applica le migliori pratiche per preservare l'ambiente.

"La visione per il futuro è maggiore sostenibilità, innovazione e attenzione per le persone che lavorano qui. - afferma Francesco Barberis Canonico, direttore creativo e 13° generazione della famiglia - La lana è sostenibile, durevole e sarà sempre la fibra più resiliente. È una passione perché, quando pensiamo a un sarto, immaginiamo il nostro tessuto lavorato da mani così belle e per tante ore, quindi siamo molto felici quando sappiamo che il nostro prodotto finirà da un artigiano. Questo è un progetto molto entusiasmante e penso che rappresenti il futuro, poiché **dobbiamo sostenere la generazione più giovane e attrarla verso l'uso dell'abito**".

Le parole di Paul Croughton, editore e scrittore

"Il futuro della sartoria è nelle mani di giovani artigiani come i cinque ragazzi che fanno parte di questa fantastica iniziativa "Making It". Questo gruppo, con background e stili diversi, è unito nella capacità di fondere competenza tecnica con un'estetica contemporanea, portando idee fresche a un'arte che esiste da secoli. Sono entusiasta di scoprire come promuoveranno la sartoria nei prossimi decenni."

Presentato anche il digital passport

Fondere tradizione e modernità è l'obiettivo aziendale. Vitale Barberis Canonico, un importante licenziatario Woolmark,

possiede **uno dei Lanifici verticalmente integrati più antichi del mondo**, ma allo stesso tempo **ha rinnovato il suo impegno ambientale** aggiornando l'impianto di trattamento delle acque reflue e aumentando l'uso di pannelli fotovoltaici.

Inoltre, durante l'evento all'Arco di Wellington, Vitale Barberis Canonico ha presentato **la tracciabilità dei prodotti dell'azienda attraverso il primo Passaporto Digitale di Trasparenza tramite codici QR**. L'Azienda ha introdotto questo strumento, creato da The ID Factory, per condividere il percorso dalla pecora al tessuto. Questa applicazione, accessibile tramite smartphone, fornisce informazioni dettagliate su ogni tessuto e sulla sua catena del valore.

I capi fatti a mano sono l'apice della moda sostenibile, creati per essere modificati e adattati durante la loro vita con i proprietari. "Making It" è una celebrazione di quest'arte, mentre i giovani sarti, dai loro apprendistati a Savile Row, progrediscono per realizzarsi da soli o in un'azienda familiare, trasmettendo infine la loro formazione a nuovi apprendisti.

Sua Maestà Re Carlo III è il Patrono di Campaign for Wool. Le sue attività educative ed eventi ricordano al mondo il sostegno alla lana per il pianeta e le sue proprietà naturali, rinnovabili e biodegradabili. Questa collaborazione si allinea perfettamente con il recente focus personale di Sua Maestà Re Carlo III su Clima, Comunità, Commonwealth e Cultura. L'importanza della lana come materiale naturale sostenibile è più rilevante che mai, dato che l'impatto del cambiamento climatico è sempre in primo piano. Il Patrono ha appassionatamente sostenuto i benefici naturali e l'uso della lana, questioni che ha sollevato, nei suoi anni da studente, oltre 50 anni fa.

Le parole di Peter Ackroyd, COO di Campaign for Wool

"Campaign for Wool è lieta di svolgere un ruolo chiave in un programma così importante per celebrare la dedizione di una generazione più giovane di sarti ai valori ambientali frequentemente amplificati dal Patrono Sua Maestà il Re. È di fondamentale importanza **educare i creatori e i consumatori sui benefici globali dell'utilizzo di risorse naturali e sostenibili**. Solo la lana fornisce quella rassicurazione ultima di sostenibilità. L'arte del tailoring risponde perfettamente alla crescente domanda di un artigianato altamente qualificato in materiali grezzi sostenibili dal punto di vista ambientale, un impegno a valori fondamentali che altri settori dell'industria della moda stanno solo iniziando a riscoprire."

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - <https://www.ui.biella.it>