



Benefici senza valore, valore senza benefici

La Moda sostenibile una prospettiva per le persone, per i luoghi e le culture

testo di/text by Maria Antonietta Sbordone, Gianni Montagna, Carmela Ilenia Amato, Martina Orlacchio, Angelo Rega

**Benefits without value, value without benefits.
Sustainable Fashion a perspective for people,
places and cultures**

1. Introduction

“Benefits without value, value without benefits” introduces the topic of this contribution by paraphrasing an essay by André Gorz (2007) “Richesse sans valeur, valeur sans richesse”, from which a series of interesting anticipations and reflections on the so-called “travail vivant”, the “living labour”, and on the concept of the value of human labour in the consumer society emerge. From the perspective of the critique of the capitalist model, the issues of sustainability in the social and economic spheres represent for Gorz the picklock to unhinge the foundations of the industrial system based exclusively on productivity as an end in itself. Gorz’s vision brings attention back to the value of human labour; men and women are engaged in different roles and skills and in physical and virtual spaces that make up a dense network of activities and evolve into social relations, cultural exchanges, and human and professional interactions. The consequences of the paradigm shift, from the fast time dictated by productivity to the value of the slow time of human labour, bring about structural changes that spill over into production processes and consequently into needs that reverse the dynamics of expansive and generic growth towards concentrated, adaptive and resilient growth. If we reflect on the forms of

1. Introduzione

“Benefici senza valore, valore senza benefici” introduce l’argomento del presente contributo compiendo una parafrasi di un saggio di André Gorz (2007) “Richesse sans valeur, valeur sans richesse”, dal quale si evincono una serie di interessanti anticipazioni e riflessioni sul cosiddetto “travail vivant”, il “lavoro vivente”, e sul concetto di valore del lavoro umano nella società del consumo. Dalla prospettiva della critica al modello capitalista, i temi della sostenibilità in ambito sociale ed economico per Gorz rappresentano il grimaldello per scardinare le basi del sistema industriale fondato esclusivamente sulla produttività fine a sé stessa. La visione di Gorz riporta l’attenzione sul valore del lavoro umano; vi sono uomini e donne impegnati in diversi ruoli e competenze e in spazi fisici e virtuali che compongono una fittissima rete di attività ed evolvono in relazioni sociali, scambi culturali, interazioni umane e professionali. Le conseguenze del cambio di paradigma, dal tempo veloce dettato dalla produttività, al valore del tempo lento del lavoro umano, determinano dei cambiamenti strutturali che si riversano sui processi produttivi e di conseguenza sui bisogni che invertono la dinamica della crescita espansiva e generica verso una crescita concentrata, adattiva e resiliente. Se riportiamo la riflessione sulle forme del valore assunte dai beni durante il capitalismo maturo, e nel post-capitalismo, si delinea una curva che testimonia di una crescita quantitativa esponenziale, parallelamente la curva del valore discende vertiginosamente, registrando la progressiva diminuzione dall’apporto della componente umana nella produzione di beni. Si persegue la produttività secondo il parametro della velocità che contribuisce a creare plusvalore attraverso l’impiego massivo di macchine, eludendo progressivamente la componente del lavoro umano. I beni nella forma delle merci da scambiare nel mercato neoliberalista, anche se non immediatamente connessi ai bisogni delle persone, devono essere assorbiti dal mercato per mantenere alto il tenore produttivo, ovvero la produttività. Gorz si chiede quali siano, allora, le “ricchezze e le risorse che mancano perlopiù alle popolazioni?” Le necessità che si osservano oggi sono riferite; ad una alimentazione sana ed equilibrata, all’acqua potabile, all’aria pura, alla luce e ad uno spazio vitale sano, salubre e piacevole, bisogni generalmente comuni, non mercificabili, non scambiabili sul mercato. Beni comuni, dunque, il cui accesso dovrebbe essere garantito a tutti, ma si rischia l’esclusività, accesso a pochi, si tratta di beni che preludono alla categoria di beni rari. Dunque, la “ricchezza”, fuori dal discorso economico, ma dentro la società assume il termine di “beneficio”, ossia: “qualsiasi atto o concessione con cui si fa del bene ad altra persona e le si giova materialmente o anche spiritualmente” (Trecani). La prospettiva sostenibile sulla crescita attuale che guarda ai benefici e non più alla ricchezza, si fonda su parametri profondamente diversi, in considerazione dell’avvento di una svolta che prende



value assumed by goods during mature capitalism and in post-capitalism, a curve is delineated that testifies to exponential quantitative growth; at the same time, the value curve descends vertiginously, registering the progressive decrease in the contribution of the human component in the production of goods. Productivity is pursued according to the parameter of speed that contributes to creating surplus value through the massive use of machines, progressively eluding the human labour component. Goods in the form of commodities to be exchanged in the neo-liberal market, even if not immediately related to people's needs, must be absorbed by the market to maintain a high level of productivity. Gorz asks what, then, are the "riches and resources that are mostly lacking in populations?" the needs observed today refer to; a healthy and balanced diet, drinkable water, pure air, light and healthy, wholesome and pleasant living space, needs that are generally common, not commodifiable, not exchangeable on the market. Common goods, therefore, access to which should be guaranteed to all, but there is a risk of exclusivity, access to a few; these are goods that preclude

le mosse dal cambiamento sociale e dal prefigurarsi di un'altra economia. Si costruisce su indicatori sensibili che ri-orientano la catena del valore, includendo relazioni complesse, non più lineari: stato di salute della popolazione, accesso al lavoro, impegno e responsabilità personale, tasso di alfabetizzazione, felicità ed espansione personale, qualità dell'ambiente, coesione sociale, equità salariale uomo-donna, multiculturalità. La trasformazione dei sistemi socioculturali ed economico-produttivi richiede una transizione da modelli lineari a modelli complessi di creazione del valore: i modelli lineari si fondano su catene del valore ovviamente lineari (linear value creation chain), i modelli complessi (multidimensional grid perspective...) fino a quelli più evoluti, prospettano una configurazione secondo la concezione della costellazione del valore (Norman & Ramírez, 1993). Per Norman & Ramírez nell'attuale sistema produttivo e distributivo altamente competitivo e in rapida evoluzione, la strategia della creazione del valore "non consiste più nel posizionare un insieme fisso di attività lungo il vecchio modello industriale, la catena del valore, sempre più aziende innovative non si limitano ad aggiungere valore, ma lo reinventano. Il compito strategico chiave è riconfigurare i ruoli e le relazioni tra una costellazione di attori - fornitori, partner, clienti - al fine di mobilitare la creazione di valore da parte di nuove combinazioni di attori" (Norman & Ramirez, 1993). La novità che emerge chiaramente, in questa nuova logica del valore, trasforma la distinzione tra prodotti e servizi e "li combina in offerte basate sulle attività da cui i clienti possono creare valore per sé stessi" (Norman & Ramirez, 1993). La richiesta sempre più differenziata e personalizzata dei clienti e più in generale degli utenti, si acuisce quando le potenziali offerte, in risposta alla richiesta, diventano più complesse, aumentando, quindi, il grado di eterogeneità delle relazioni creative e produttive necessarie per crearle. La conseguenza riguarda il compito strategico di tutti coloro che contribuiscono a ridefinire la configurazione del valore dei beni: integrare le competenze; stabilire nuove regole per strategie sostenibili; ridefinire le relazioni e le pratiche organizzative; creare ambienti di lavoro con competenze aggiornabili e in continua espansione. Tutto ciò contribuisce a rifondare e sostanziare i valori guida della nuova configurazione in forma di "costellazione del valore" su cui riflettere per trasmettere e condividere competenze e conoscenze. Perché, dunque, nella dicotomia "beneficio-ricchezza", scegliamo di sostituire "beneficio" al termine "ricchezza"? in virtù del cambiamento di paradigma che nel frattempo si consolida e richiede innovazione secondo l'evidenza di un tratto fondamentale; l'operare umano si realizza in funzione di uno scopo ed è il riflesso di un valore condiviso. Il nuovo paradigma stabilisce nuove regole che richiedono un impegno nel modo di svolgere il proprio lavoro; la vita lavorativa è definita dal valore, non dal denaro, dall'impegno e dalla condizione di operare per la produzione di benefici comuni più che di ricchezze individuali. Il richiamo implicito alla responsabilità personale, oltreché civile, introduce alla individuazione di metodi nuovi di impegno, intesi come profonda riconnessione in ambito lavorativo-sociale con gli ambiti economico-produttivo, rappresentando nuovi approcci possibili.

1.1 Plusvalenze in forma di desideri

Se volessimo visualizzare la curva del raggiungimento dei "bisogni comuni" rispetto a quella dei "desideri individuali differenziati" (Gorz, 2007) della popolazione, dovremmo scegliere parametri etico-sociali da un lato, e psicologico-emotivo-economici dall'altro, in funzione di una duplice scala di valori che dipende dal grado di accesso degli uni, rispetto alla capacità ri-produttiva e di acquisto degli altri. Il risultato potrebbe apparire paradossale, se la curva della visualizzazione dell'accesso ai beni comuni, degli uni, risultasse decrescente rispetto a quella in continua crescita, relativa all'acquisizione di beni per la soddisfazione dei desideri individuali differenziati, degli altri. I due parametri in discussione sono sicuramente, da un lato, i benefici derivanti dall'assicurare l'accesso ai beni comuni, dall'altro, le distorsioni, conseguenti alla soddisfazione dei desideri, innescate dalla produttività che invade i mercati e che crea plusvalenze dalla quantità di beni consumati a un ritmo accelerato. Nell'ambito dei beni del Sistema della Moda e dell'attuale produzione e consumo di abbigliamento e di tessuti, parrebbe logico imputare al settore la critica ad un modello che mira alla soddisfazione dei desideri individuali differenziati, alimentati dalle plusvalenze che il mercato innesca e che tenta di regolare in vista di nuove regole. L'eccessivo aumento della produzione di tessile soprattutto per l'abbigliamento, deve necessariamente essere letto secondo due prospettive: riconosciuto come generatore di notevoli benefici e libertà che consentendo alle persone di acquistare a poco prezzo, rinnovando continuamente l'appartenenza identitaria, ha consentito una piccola crescita economica nei Paesi a basso e medio reddito, aumentando e creando nuova occupazione soprattutto per le donne. L'ampiezza del fenomeno e la diffusione globale sono all'origine di impatti negativi di altrettante ampie dimensioni sociali e ambientali: incertezze e assenza di politiche eco-

the category of rare goods. Therefore, 'wealth', outside the economic discourse but within society, takes on the term 'benefit', i.e.: 'any act or concession by which one does good to another person and benefits him materially or even spiritually'. (Treccani) Today's sustainable perspective on growth, which looks at benefits and no longer at wealth, is based on profoundly different parameters given the advent of a turnaround that takes its cue from social change and the foreshadowing of another economy. It is built on sensitive indicators that reorient the value chain, including complex, no longer linear relationships: population health status, access to work, personal commitment and responsibility, literacy rate, personal happiness and expansion, environment quality, social cohesion, gender pay equity, and multiculturalism. The transformation of sociocultural and economic-productive systems requires a transition from linear models to complex models of value creation: linear models are based on obviously linear value chains (linear value creation chain), complex models (multidimensional grid perspective...) up to the most evolved ones, envisage a configuration according to the value constellation concept (Norman & Ramírez, 1993). For Norman & Ramírez, in today's highly competitive and rapidly changing production and distribution system, the strategy of value creation "no longer consists of positioning a fixed set of activities along the old industrial model, the value chain, more and more innovative companies are not just adding value, but reinventing it. The key strategic task is to reconfigure the roles and relationships among a constellation of actors - suppliers, partners, customers - in order to mobilise value creation by new combinations of actors" (Norman & Ramirez, 1993). What emerges in this new value logic is that it transforms the distinction between products and services and "combines them into activity-based offerings from which customers can create value for themselves" (Norman & Ramirez, 1993). The increasingly differentiated and customised demands of customers and, more generally, of users are exacerbated when potential offers, in response to demand, become more complex, thus increasing the degree of heterogeneity of the creative and productive relationships required to create them. The consequence concerns the strategic task of all those contributing to redefining the configuration of the value of goods: integrating competencies; establishing new rules for sustainable strategies; redefining relationships and organisational practices; creating work environments with upgradable and continuously expanding competencies. All this contributes to refounding and substantiating the guiding values of the new configuration in the form

nomiche e sociali in Paesi che non garantiscono i lavoratori e le lavoratrici; impatti irreversibili con notevoli costi ambientali sugli ecosistemi più fragili nei Paesi terzi (Niinimäki et al. 2020). L'urgenza di una trasformazione sostanziale che trovi un centro di propulsione che miri a riequilibrare i sistemi periferici di produzione e che parta dall'Occidente, sarà ispirato dal pensiero progettuale Design-driven per prodotti e servizi che migliorino le performance ambientali lungo l'intero ciclo di vita, dalla produzione di fibre allo smaltimento degli indumenti, insieme alla ridefinizione di standard lavorativi più elevati, salari e misure di sicurezza adeguate. L'industria europea, e globale, della moda affronta importanti sfide strutturali e sistemiche che richiedono un cambio di paradigma. Secondo la Banca Mondiale, il settore fashion è responsabile del 10% delle emissioni globali annuali di carbonio, più di tutti i voli internazionali e del trasporto. La Moda sostenibile adotta i principi dell'economia circolare che definisce il passaggio da un'economia fondata sullo sfruttamento delle risorse ad una fondata sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. La "Ellen MacArthur Foundation" stima, infatti, che ogni anno si perdono circa 500 miliardi di dollari per indumenti che vengono indossati poco, non riciclati o che finiscono in discarica; altresì, il fenomeno della sovrapproduzione nel settore del tessile e dell'abbigliamento, secondo i dati del primo "BoF Sustainability Index", risulta così prolifico che solo il 60% dei capi è venduto a prezzo pieno. Quantità che, unite all'eccesso di inventario accumulato durante i *lockdown* dall'evento pandemico Covid-19, richiamano ad interventi urgenti nella gestione delle risorse disponibili, nella riduzione dei consumi e dunque della domanda, registrando i primi effetti sull'impatto ambientale. Questo rappresenta un passaggio decisivo nella responsabilità verso l'ambiente, esercitato sin dalla scelta di non consumare compulsivamente, bensì, considerando i bisogni e i desideri, espressi secondo un nuovo paradigma, il paradigma sociale dominante (Armstrong e Le Hew, 2011). Premesso il quadro normativo europeo, i cui obiettivi del *Green Deal* prevedono una gestione più efficiente dei rifiuti tessili in relazione allo sviluppo di processi circolari nell'industria tessile e della Moda; considerati gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030, noti anche come ONU SDG's, lanciati dalle Nazioni Unite nel 2015, basati su 17 temi la cui industria della moda e del tessile non può ignorare; supportando il sistema Moda nella ricerca per la sperimentazione di modelli pratici da attuare nella gestione delle risorse con soluzioni Design-driven. L'articolo si concentra sull'implementazione teorico-pratica degli obiettivi n. 4, 5, 11 e 12 degli ONU SDG's, riguardanti la qualità dell'educazione, l'uguaglianza di genere, la costruzione di città e comunità sostenibili e l'attenzione verso modelli di consumo e produzione responsabili. Il Design interviene con strategie che implementino dinamiche sociali, consapevoli e inclusive, configurando nuovi prodotti materiali e immateriali e definendo al contempo modelli di innovazione fondati sui processi co-creativi.

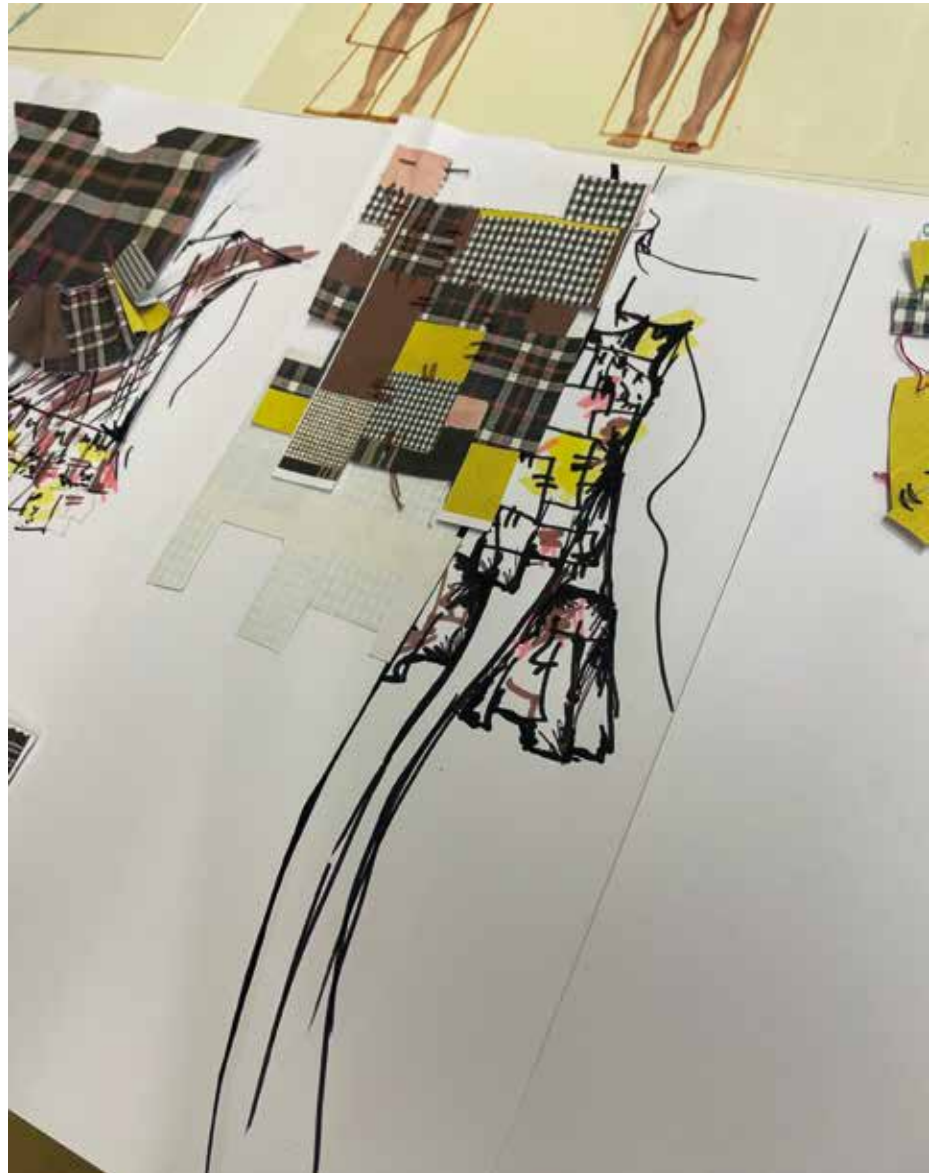
2. La prospettiva sostenibile Fashion Design

La produzione attuale di beni e servizi delle filiere del Sistema della Moda, - dall'abbigliamento, al tessile e agli accessori -, è sempre più focalizzata all'adozione di soluzioni sostenibili in attuazione della normativa nazionale che recepisce quella europea ed integra risorse tangibili ed intangibili sin dal: reperimento dei materiali e dell'utilizzo di risorse e tecnologie, dal processo creativo, alla progettazione, alla produzione-distribuzione, alla comunicazione, al consumo e al riciclo. Il Sistema della Moda nel necessario dialogo aperto e trasparente, grazie alle tecnologie digitali, ha l'occasione e i mezzi, affinché, le esigenze degli utenti finali e i nuovi valori che devono incamerare e trasmettere, coincidano con l'offerta di beni e servizi. Tra le prospettive possibili e già perseguite da molte aziende del Sistema Moda, lo sviluppo di strategie per il riuso dei materiali presuppone l'utilizzo di scarti o eccedenze provenienti da collezioni precedenti o addirittura dal trasferimento di scarti originati da altre aziende. L'immissione di materiali provenienti dal riciclo pre-consumo o post-consumo richiede una riflessione aggiornata sulla percezione del valore dei beni che integrano scarti o materie prime seconde in generale. La necessità di ridurre drasticamente l'utilizzo di risorse vergini contribuisce a sensibilizzare le aziende al riutilizzo di materiali di scarto, valorizzando le materie prime seconde, impiegandole nei cicli produttivi per nuove produzioni, realizzando economie derivanti dai minori investimenti impiegati. Con una percentuale del 60% di capi di moda venduti a prezzo pieno, il recupero degli scarti di produzione e di vendita, potrebbe consentire una migliore redistribuzione dei profitti e del risparmio tra i diversi attori del Sistema. Tenendo conto di tutto ciò, i tre pilastri classici della sostenibilità (ambiente, economia, sociale) non possono essere considerati separatamente, necessitano di una più coerente integrazione (Montagna, 2021). Soprattutto, devono collaborare in una logica di relazione interdipendente e di sostegno, massimizzando i vantaggi comuni che ciascuna area può fornire all'altra, in una spirale ascendente. Il cambiamento sociale nel Sistema Moda

of a 'value constellation' on which to reflect in order to transmit and share skills and knowledge. In the 'benefit-wealth' dichotomy, why do we choose to substitute 'benefit' for the term 'wealth'? By the paradigm shift that is meanwhile consolidating and calling for innovation according to the evidence of a fundamental trait, human activity is realised in the function of a purpose and reflects a shared value. The new paradigm establishes new rules that require commitment in one's work; working life is defined by value, not money, commitment and the condition of working to produce common benefits rather than individual wealth. The implicit call to personal responsibility and civil responsibility introduces the identification of new commitment methods, understood as a profound reconnection in the work-social sphere with the economic-productive sphere, representing new possible approaches.

1.1 Gains in the form of desires

If we wanted to visualise the curve of the attainment of 'common needs' versus that of the 'differentiated individual desires' (Gorz, 2007) of the population, we would have to choose ethical-social parameters on the one hand, and psychological-emotional-economic parameters on the other, according to a dual scale of values depending on the degree of access of the former, compared to the reproductive and purchasing capacity of the latter. The result might appear paradoxical if the curve of the display of access to common goods of some decreased concerning the continuously increasing curve of the acquisition of goods for the satisfaction of differentiated individual desires of others. The two parameters under discussion are certainly, on the one hand, the benefits of ensuring access to common goods and, on the other, the distortions resulting from the satisfaction of desires triggered by the productivity that invades the markets and creates capital gains from the quantity of goods consumed at an accelerated rate. In the context of the goods of the Fashion System and the current production and consumption of clothing and textiles, it would seem logical to impute to the sector the criticism of a model that aims at the satisfaction of differentiated individual desires, fuelled by the surplus values that the market triggers and attempts to regulate given new rules. The excessive increase in the production of textiles, especially for clothing, must necessarily be read from two perspectives: recognised as a generator of considerable benefits and freedoms, which by allowing people to buy cheaply, continually renewing their identity belonging, has enabled a small amount of economic growth in low- and middle-income countries, increasing and creating new em-



condurre a importanti conseguenze che intervengono, da una parte, nella percezione dell'oggetto Moda, ossia nella sua dimensione simbolico-antropologica di differenziazione e di aspirazione all'elevazione dal contesto, dall'altra ad una concezione più "democratica" e condivisa che non si gioca più solo ed esclusivamente sul falso mito del basso costo, ma interviene direttamente nel processo realizzativo, attraverso la partecipazione diretta ad una comunità che nel processo si esprime attraverso un coacervo di responsabilità, innovazione e creatività. L'idea di co-progettazione legata ad una territorialità sempre più importante, sia dal punto di vista della salvaguardia delle risorse, sia nella valorizzazione e tutela culturale e identitaria, definisce un ambito di resistenza ai modelli massificati dell'economia di mercato e concentra le energie riportando il lavoro vivente nell'alveo proprio dell'identità e della differenziazione tra territori.

2.1 Extra Laboratori

Il TexLAB dell'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli, con i laboratori di Fashion Design e Textile Design, ha partecipato alla definizione di un progetto di sartoria sociale denominato "S'ARTE Progetto Sartoria Remida Napoli". Uno dei primi esperimenti è stata la partecipazione all'iniziativa nata dalla partnership con Tessuti di Sondrio DiV. Marzotto che ha collaborato alla realizzazione di una collezione di moda dal titolo "Paesaggi della Moda Sostenibile", attraverso gli esiti progettuali e prototipali dell'iniziativa si è dimostrata la fattibilità di modelli di produzione e consumo ispirati agli obiettivi dell'Agenda ONU 2030, tra i quali punti 4, 5, 11 e 12. La collezione di moda nasce dal recupero delle eccedenze di magazzino reintrodotte in un circuito di riciclo creativo, configurando nuove collezioni dall'utilizzo di materiali tessili altrimenti destinati alla discarica, rappresentando un ecosistema co-creativo fondato sull'upcycling, sulla condivisione e sull'innovazione sociale e progettuale. Si instaura un sistema di relazioni fondate sull'integrazione tra la formazione universitaria, le associazioni di volontariato e gli stakeholders nazionali, uniti allo scopo di configu-

ployment, especially for women. The magnitude of the phenomenon and its global spread is at the origin of negative impacts of equally broad social and environmental dimensions: uncertainties and lack of economic and social policies in countries that do not guarantee workers and women; irreversible impacts with considerable environmental costs on the most fragile ecosystems in third countries (Ninimäki et al. 2020). The urgency of a substantial transformation that finds a centre of propulsion aiming at rebalancing peripheral production systems and starting from the West will be inspired by Design-driven design thinking for products and services that improve environmental performance along the entire life cycle, from fibre production to garment disposal, together with the redefinition of higher labour standards, wages and adequate safety measures. The European and global fashion industry faces major structural and systemic challenges that require a paradigm shift. According to the World Bank, the fashion industry is responsible for 10% of annual global carbon emissions, more than all international flights and transport. Sustainable Fashion adopts the principles of the circular economy, which defines the shift from an economy based on resource exploitation to one based on environmental, social and economic sustainability. The Ellen MacArthur Foundation estimates that around USD 500 billion is lost every year due to garments that are poorly worn, not recycled, or that end up in landfills; furthermore, the phenomenon of overproduction in the textile and clothing sector, according to data from the first BoF Sustainability Index, is so prolific that only 60% of garments are sold at full price. Quantities that, combined with the excess inventory accumulated during lockdowns from the Covid-19 pandemic, call for urgent action in managing available resources, reducing consumption and thus demand and registering the first effects on environmental impact. This represents a decisive shift in responsibility towards the environment, exercised since the choice not to consume compulsively but rather consider needs and desires expressed according to a new paradigm, the dominant social paradigm. (Armstrong and Le Hew, 2011) Bearing in mind the European regulatory framework, whose Green Deal objectives include more efficient management of textile waste through the development of circular processes in the textile and Fashion industry, considering the Sustainable Development Goals of Agenda 2030, also known as UN SDG's, launched by the United Nations in 2015, based on 17 themes whose fashion and textile industry cannot ignore; supporting the Fashion system in research for the experimentation of practical models to be implemented in resource management

rare un network secondo la prospettiva multilivello. La sfida è focalizzata al rafforzamento del dialogo tra il mondo accademico e le realtà manifatturiere, che collaborano allo *upcycling* ripensando il sistema tessile e dell'abbigliamento in linea con la prospettiva sostenibile. Si elaborano approcci sostenibili attraverso azioni che accompagnano il cambiamento nell'Industria della Moda che si fondano su una nuova concezione della catena del valore, e che mira alla realizzazione di co-benefici estesi dalle persone, all'ambiente, alla produzione e all'uso. Si prospetta il passaggio dalla moda come fenomeno mass-mediale che causa sprechi e inquinamento, a fenomeno sociale che coinvolge persone, gruppi, comunità e istituzioni, nella definizione di nuovi modelli di comportamento e di business. Il progetto ha permesso di associare il materiale proveniente da warehouse, con le attività progettuali di una formazione innovativa favorendo il dialogo tra gli studenti e il confronto con l'abilità tecnica delle sarte. Si è, dunque, generato un confronto e uno scambio di informazioni identitarie e tecniche, che non solo hanno permesso la produzione e il recupero di specifici scarti di produzione, ma hanno rivalutato la componente sociale di un territorio e della sua comunità. L'applicazione di processi sostenibili nel design per la moda non si esaurisce nel riutilizzo di materiali *deadstock*, per i quali ci sono molteplici metodi che possono essere utilizzati in contesti di competenze più specifiche. Cresce la preoccupazione da parte dell'Alta formazione di partecipare all'implementazione nei sistemi locali e di comunicare ai diversi gruppi di *stakeholder* e di utenti i bisogni più urgenti di una territorialità aperta, sana e rispettata. L'Alta formazione è pronta a risvegliare negli studenti la necessità di supportare il fashion design con gli strumenti del prossimo futuro, per proteggere il passato e la cultura del presente.

2.2 Approcci circolari per la Moda

Nella varietà dei problemi tecnici dei processi produttivi e lavorativo-manifatturieri, derivanti da modelli organizzativi tradizionali, che determinano la qualità o meno del prodotto, gli sprechi, gli scarti, i ritagli formano quel corpus di *fashion waste* pre-consumo e post-prima produzione di cui il Design per la Moda dovrà prendersene carico. Tra scarti della modellistica, difetti di cucitura o del tessuto stesso in alternativa ai processi di riciclo meccanico, chimico ed enzimatico (Sandin & Peters, 2018), la strada del riciclo creativo prevede azioni e processi di *upcycling* che recupera e valorizza materiali dalle fasi del processo produttivo. Tali azioni intese come approcci circolari alla moda *Design-driven*, allo scopo di riutilizzare scarti tessili pre o post-consumo per la creazione di nuovi capi (Aus, 2011), sono in grado di ottimizzare, già in fase di progettazione, la produzione di scarti e la conseguente limitazione dell'immissione nel ciclo dei rifiuti. La rivoluzione consapevole riguarda le metodologie di progettazione e dei processi di produzione di prodotti e servizi, e si realizza all'interno delle varie fasi dei processi di produzione industriale nei settori del Tessile e dell'Abbigliamento. Essa interessa tutte le aree in cui è presente una quota di scarti, problematica ben nota ai designer che rappresenta un terreno fertile per implementare metodologie di progettazione focalizzate sull'*upcycling*. La strada indicata rivoluziona le strategie industriali, progettuali e produttive sin dalla scelta dei materiali, seguendo criteri di sostenibilità finalizzata alla riciclabilità, allo scopo di generare processi circolari che consentono il prolungamento dell'intero ciclo di vita del prodotto, con particolare attenzione al fine vita (*Life Cycle Extension, Related Open loop, Closed Loop*). Il design nella sua accezione di contaminazione apporta innovazioni continue, spesso radicali nei sistemi produttivi, essendo in grado di guidare le strategie di innovazione in diversi ambiti (Ranzo, 2017). Pertanto, il design riveste il ruolo di mediatore sociale che può fornire, nel caso specifico, misure di contenimento per la sovrapproduzione, rendere consapevoli sul conseguente sovra consumo, ed esplicitare l'impatto derivante sugli ecosistemi. Grazie al *Sustainable Design* (Manzini et. al., 2008) i designer diventano manager analitici coinvolti nella gestione delle risorse ed in totale compliance con i criteri di sviluppo di prodotti e processi di *upcycling* efficaci. Realizzando connessioni interdisciplinari all'interno di filiere produttive, si concretizzano dinamiche di innovazione multilivello che influenzano la società e gli stili di vita, rinnovando i valori. Nasce da ciò una profonda riflessione sulla capacità critica e progettuale che interessa molteplici attori e coinvolge l'intera società, evolvendo in un grande laboratorio di innovazione sociale (Manzini, 2015) si promuovono nuove forme di società, soluzioni e significati.

3. Metodologia del recupero di valore

La ricerca nel campo della moda in relazione ai principi dell'economia circolare genera valore dal recupero degli scarti, contribuendo alla definizione di nuove dinamiche sociali, tenendo conto dei temi degli SDG's, in particolare i punti 4 e 12; ovvero nuova formazione e nuove logiche di consumo e produzione. L'approccio metodologico del *Design for Recycling* si concentra sul recupero e valorizzazione

with Design-driven solutions. The article focuses on the theoretical-practical implementation of the UN SDG's Goals No. 4, 5, 11 and 12, concerning the quality of education, gender equality, building sustainable cities and communities, and focusing on responsible consumption and production models. Design intervenes with strategies that implement social, conscious and inclusive dynamics, configuring new material and immaterial products while defining innovation models based on co-creative processes.

2. The Sustainable Fashion Design Perspective

The current production of goods and services of the Fashion System supply chains - from clothing to textiles and accessories - is increasingly focused on the adoption of sustainable solutions in the implementation of national regulations that acknowledge the European one and integrate tangible and intangible resources right from: the sourcing of materials and the use of resources and technologies, the creative process, design, production-distribution, communication, consumption and recycling. The Fashion System, in the necessary open and transparent dialogue, thanks to digital technologies, has the opportunity and the means so that the needs of the end users and the new values they have to incorporate and transmit coincide with the offer of goods and services. Among the possible perspectives already pursued by many companies in the Fashion System, the development of strategies for the re-use of materials presupposes the use of scraps or surpluses from previous collections or even the transfer of waste originating from other companies. The input of materials from pre-consumer or post-consumer recycling requires an updated reflection on the perception of the value of goods incorporating waste or secondary raw materials. The need to drastically reduce the use of virgin resources contributes to raising the awareness of companies to reuse waste materials, valorising secondary raw materials, using them in production cycles for new production, and realising economies from the lower investments employed. With a 60% share of fashion garments sold at total price, the recovery of production and sales waste could allow a better redistribution of profits and savings among the different actors of the System. Considering all this, the three classical pillars of sustainability (environment, economy, social) cannot be considered separately; they need a more coherent integration (Montagna, 2021). Above all, they must work together in a logic of interdependent and supportive relationships, maximising the standard advantages that each area can provide to the other in an upward spiral. The social change in the Fashion



System leads to essential consequences that intervene, on the one hand, in the perception of the fashion object, i.e. in its symbolic-anthropological dimension of differentiation and aspiration to elevation from the context, and on the other hand, to a more 'democratic' and shared conception that is no longer played out solely and exclusively on the false myth of low cost, but intervenes directly in the production process, through direct participation in a community that expresses itself in the process through a patchwork of responsibility, innovation and creativity. The idea of co-design linked to an increasingly important territoriality, both from the point of view of safeguarding resources and in the cultural and identity valorisation and protection, defines a sphere of resistance to the massified models of the market economy and concentrates energies by bringing living work back into the proper sphere of identity and differentiation between territories.

2.1 Extra Labs

The University of Campania Luigi Vanvitelli's Text-LAB, with its Fashion Design and Textile Design laboratories, participated in defining a social tailoring project called 'S'ARTE Progetto Sartoria Remida Napoli'. One of the first experiments was participating in the initiative born from the partnership with Tessuti di Sondrio Div. Marzotto, which collaborated on the creation of a fashion collection entitled 'Sustainable Fashion Landscapes'. Through the initiative's design and prototype outcomes, the feasibility of production and consumption models inspired by the objectives of the UN 2030 Agenda, including points 4, 5, 11 and 12, was demonstrated. The fashion collection is born from the recovery of surplus stock reintroduced into a creative recycling circuit, configuring new collections from using textile materials otherwise destined for the dump, representing a co-creative ecosystem based on upcycling, sharing and social and design innovation. A system of relationships based on integrating university education, voluntary associations and national stakeholders is established, united to configure a network according to the multi-level perspective. The challenge is focused on strengthening the dialogue between academia and manufacturers, who collaborate in upcycling by rethinking the textile and clothing system in line with the sustainable perspective. Sustainable approaches are elaborated through actions accompanying the change in the fashion industry based on a new understanding of the value chain, which aims to realise co-benefits extended from people, environment, production and use. It envisages a shift from fashion as a mass-media phenomenon causing waste and pollution,

to a social phenomenon involving people, groups, communities and institutions, in the definition of new behaviour and business models. The project made it possible to associate the material from the warehouse with the design activities of innovative training by encouraging dialogue between the students and comparison with the technical skills of the sewists. Thus, a comparison and exchange of identity and technical information were generated, allowing the production and recovery of specific production waste and revaluing the social component of a territory and its community. Applying sustainable processes in fashion design does not end with the reuse of deadstock materials, for which multiple methods can be used in more specific skills contexts. There is a growing concern on the part of Higher Education to participate in the implementation of local systems and to communicate to different groups of stakeholders and users the most urgent needs of an open, healthy and respected territoriality. Higher Education is ready to awaken in students the need to support fashion design with the tools of the near future, to protect the past and the culture of the present.

2.2 Circular Approaches for Fashion

In the variety of technical problems of production and work-manufacturing processes resulting from traditional organisational models, which determine the quality or otherwise of the product, waste, scraps, and cuttings from that corpus of pre-consumer and post-pre-production fashion waste that Fashion Design will have to take care of. Between pattern-making waste, stitching defects or the fabric itself as an alternative to mechanical, chemical and enzymatic recycling processes (Sandin & Peters, 2018), the road to creative recycling involves upcycling actions and processes that recover and valorise materials from the production process stages. Such actions, understood as circular approaches to design-driven fashion, to reuse pre- or post-consumer textile waste for the creation of new garments (Aus, 2011), can optimise, already at the design stage, the production of waste and the consequent limitation of its introduction into the waste cycle. The conscious revolution concerns product and service design methodologies and production processes. It occurs within the various phases of industrial production processes in the Textile and Apparel sectors. It affects all areas where there is a share of waste, an issue well-known to designers that represent fertile ground for implementing design methodologies focused on upcycling. The path indicated revolutionises industrial, design and production strategies right from the choice of materials, following sustainability criteria aimed at recyclability, in order to generate circular process-

es that allow the extension of the product's entire life cycle, with particular attention to the end of life (Life Cycle Extension, Related Open loop, Closed Loop). Design, in its meaning of contamination, brings continuous, often radical innovations in production systems, being able to guide innovation strategies in different fields (Ranzo, 2017). Therefore, design plays the role of a social mediator that can provide, in this specific case, containment measures for overproduction, raise awareness about the resulting overconsumption, and make explicit the resulting impact on ecosystems. Through Sustainable Design (Manzini et al., 2008), designers become analytical managers involved in resource management and total compliance with the criteria of effective product development and upcycling processes. By realising interdisciplinary connections within production chains, multi-level innovation dynamics are realised that influence society and lifestyles, renewing values. This gives rise to a profound reflection on critical and design capacity involving multiple actors and the whole of society, evolving into a great social innovation laboratory (Manzini, 2015). New forms of society, solutions and meanings are promoted.

3. Methodology of value retrieval

Research in the field of fashion about the principles of the circular economy generates value from the recovery of waste, contributing to the definition of new social dynamics, taking into account the themes of the SDGs, in particular points 4 and 12, i.e. new education and new logics of consumption and production. The methodological approach of Design for Recycling focuses on the recovery and valorisation of deadstock that, through creative recycling, configures new products by extending the useful life of materials. The upcycling processes are based on the logic of collaborative design, with the REMIDA Naples association identified as a case study and the space within which "S'Arte. Progetto Sartoria Remida Napoli". The project, carried out within the Fashion Design and Textile Design courses, involved women aged between 18 and 60, developing soft skills, who, for the case study presented, participated in creating new garments from the recovery of unsold textile materials donated by Marzotto. The project has established relations by building networks between companies, associations, and higher education involving social, productive and educational spheres, exploring new approaches and defining new collaborative models with a strong emphasis on co-creativity, in line with sustainability objectives. These co-creative processes arise from the idea of a diffuse laboratory designed for the project but with real possibilities for scaling up.



3.1 Case study. Sustainable Fashion Landscapes

The University and the Marzotto company collaborated with "S'Arte. Progetto Sartoria Remida Napoli for developing the project 'Paesaggi della Moda Sostenibile' (Sustainable Fashion Landscapes) by producing a fashion capsule collection. The capsule collection was born from an upcycling project of fabrics made available by Marzotto, resulting from surpluses of past collections catalogued as pre-consumer and first-production deadstock, constituted the starting point in the conception, realisation and configuration of the garments presented during various national and international events. The steps for the realisation of the capsule garments are as follows:

MATERIAL ACQUISITION - the project availed itself of the collaboration of Tessuti di Sondrio Div. Marzotto Lab, which contributed with the donation of deadstock, demonstrating its commitment to sustainable innovation already highlighted through the initiative put in place "Heart for Earth";

UPCYCLING PROCESS - the creation of garments from the valorisation of deadstock introduces the practice of creative recycling to guide sustainability in the fashion industry, promoting sustainable and circular processes to limit the pressure and impacts of production on the environment;

DESIGN FOR FASHION - provides the design tools to revitalise by renewing the use, through the tool

of combination (new colour palettes), of fabrics from past collections, based on innovation criteria required by the reference scenario;

GENDER-FLUID FOR INCLUSIVE FASHION - the inspirational scenario of the capsules is grafted within the social change that has long heralded the fluidity of genders, placing the human body in a new aesthetic-experiential dimension. The aim is to obtain garments that dress bodies in transition, whose volumes and wearability are in constant evolution, always interpretable and customisable;

TRAINING AND KNOWLEDGE - the co-creative collaboration between the training, the women's association, the company uses innovative learning, research and training paths that draw on fashion design and textile design, are the result of a continuous dialogue between manual skills and theoretical reflection, according to a constant and shared learning process. Design mediates between different spheres of activity to make processes of transformation of systems possible in co-creative and productive terms; it applies these concepts to available resources - deadstock, warehouse, leftovers - to regenerated materials that, thanks to the methodologies of design for circularity and co-creative processes, can be redesigned to last longer. The project expresses the valorisation of the relationships between people and materials; the conceptual-creative, design

and prototype phases constitute a process involving long and laborious steps, combining different techniques through various steps and continuous testing. The university students, divided into seven teams, designed and experimented with fashion lines that pursued the UN SDGs - new models of consumption and production - starting from the course's educational objectives. The definition of the entire project was developed by implementing a series of shared creative strategies, starting from a general brainstorming, from which concepts and keywords emerged that were useful to convey each team's projects.

PROTOTYPING-LAB - the pattern-making process involved the construction of the prototype garment, starting from the evaluation of textile materials, the design concepts of each team, and the sharing of choices with the S'Arte pattern-makers. The process constitutes an integration of knowledge, visions and sartorial traditions found throughout the different and complex phases of prototyping; it is based on a solid root of innovation and experimentation of silhouettes, configuring innovative garments. The students' design approach is combined with the tailoring practice of the women in the tailor's shop, defining the cutting, sewing and finishing phases of the models, hybridising traditional techniques with digital and innovative ones.



STYLING AND COMMUNICATION - the Sustainable Fashion Landscapes project concluded with the exhibition of garments at the 34th edition of the textile fair Milano Unica 2022 and *Première Vision* (Paris 2022). The S'Arte project used a communication strategy based on promoting the project through social media, including Facebook and Instagram, and publishing content in local and national newspapers. The shoot was realised dynamically, collected in a brochure distributed in print and digital media. The labelling designed for the garments, rectangular double-sided, shows the logos and respective technical and descriptive notes of the garment.

4. Conclusions

The European fashion industry faces structural and systemic challenges requiring a paradigm shift. Design intervenes with strategies to implement more inclusive social dynamics, configuring products and services that define innovation models based on co-creative processes. The conscious revolution affecting design methodologies and production processes of products and services already takes place within many stages of the industrial production chain in the Textile and Apparel sectors. Interdisciplinary connections are being made within heterogeneous production chains based on multi-level innovation, influ-

ne di deadstock che attraverso il riciclo creativo configura nuovi prodotti estendendo la vita utile dei materiali. I processi di *upcycling* si fondano sulle logiche del design collaborativo, con l'associazione REMIDA Napoli, individuata come caso di studio, nonché spazio all'interno del quale nasce e prende forma "S'Arte. Progetto Sartoria Remida Napoli". Il progetto, svolto all'interno degli insegnamenti in Fashion Design e Textile Design, ha coinvolto donne tra i 18 e i 60 anni, sviluppando *soft skills*, che, per il caso studio presentato, hanno partecipato alla creazione di nuovi capi dal recupero di materiali tessili invenduti donati dalla Marzotto. Il progetto ha stabilito relazioni costruendo rete tra aziende, associazioni, alta formazione che coinvolge ambiti sociali, produttivi e formativi, esplorando nuovi approcci e definendo nuovi modelli collaborativi con un forte accento di co-creatività, in linea con gli obiettivi di sostenibilità. Tali processi co-creativi nascono dall'idea di laboratorio diffuso pensato per il progetto, ma con reali possibilità di *scaling-up*.

3.1 Caso studio. Paesaggi della Moda Sostenibile

L'Università e l'azienda Marzotto hanno collaborato con "S'Arte. Progetto Sartoria Remida Napoli" per lo sviluppo del progetto "Paesaggi della Moda Sostenibile" realizzando una capsule collection di moda. La capsule nasce da un progetto di *upcycling* di tessuti messi a disposizione dalla Marzotto, risultanti da eccedenze di passate collezioni catalogati come deadstock pre-consumo e di prima-produzione, hanno costituito il punto di partenza nella ideazione, realizzazione e configurazione dei capi presentati durante diversi eventi nazionali ed internazionali. Gli step per la realizzazione dei capi delle capsule sono i seguenti:

ACQUISIZIONE MATERIALI - il progetto si è avvalso della collaborazione dell'azienda Tessuti di Sondrio Div. Marzotto Lab che ha contribuito con la donazione di deadstock dimostrando il suo impegno per l'innovazione sostenibile già evidenziata attraverso l'iniziativa messa in campo "Heart for Earth"; **PROCESSO DI UPCYCLING** - la realizzazione dei capi dalla valorizzazione di *deadstock* introduce alla pratica del riciclo creativo per orientare la sostenibilità nel settore moda, promuovendo processi sostenibili e circolari per limitare la pressione e gli impatti della produzione sull'ambiente; **IL DESIGN PER LA MODA** - fornisce gli strumenti progettuali per rivitalizzare rinnovandone l'uso, attraverso lo strumento della combinazione (nuove palette cromatiche), i tessuti di passate collezioni, fondata su criteri di innovazione richiesti dallo scenario di riferimento;



GENDER-FLUID FOR INCLUSIVE FASHION - lo scenario d'ispirazione delle capsule si innesta all'interno del social change che preannuncia da tempo la fluidità dei generi, collocando il corpo umano in una nuova dimensione estetico-esperienziale. L'obiettivo è ottenere capi di abbigliamento che vestono corpi in transizione, i cui volumi e la vestibilità sono in continua evoluzione, sempre interpretabili e personalizzabili;

FORMAZIONE E CONOSCENZA - la collaborazione co-creativa tra la formazione, l'associazione di donne, l'azienda utilizza percorsi innovativi di apprendimento, di ricerca e di formazione che attingono al design per la moda e al design tessile, sono il risultato di un dialogo continuo tra abilità manuale e riflessione teorica, secondo un processo di apprendimento costante e condiviso.

Il design media tra ambiti di attività diversi per rendere possibili processi di trasformazione dei sistemi in termini co-creativi e produttivi; applica questi concetti alle risorse disponibili - *deadstock, warehouse, leftovers* -, a materiali rigenerati che, grazie alle metodologie del design per la circolarità e ai processi co-creativi, possono essere riprogettati per durare più a lungo. Il progetto è espressione della valorizzazione delle relazioni tra persone e materiali; le fasi ideativo-creative, progettuali e prototipali costituiscono un processo che prevede passaggi lunghi e laboriosi con la combinazione di tecniche diverse, attraverso vari step e continue verifiche. Gli studenti universitari, divisi in sette teams, hanno progettato e sperimentato linee di moda che perseguissero gli ONU SDG's - nuovi modelli di consumo e di produzione -, partendo dagli obiettivi formativi previsti dal corso. Il percorso di definizione dell'intero progetto è stato sviluppato mettendo in atto una serie di strategie creative condivise, partendo da un brainstorming generale da cui sono emersi concetti e keywords utili a veicolare i progetti di ciascun team di lavoro.

PROTOTYPING-LAB - il processo della modellistica ha previsto la costruzione del capo prototipo a partire dalla valutazione dei materiali tessili, dai concept progettuali di ogni team, dalla condivisione delle scelte con le modelliste di S'Arte. Il processo costituisce un'integrazione di saperi, visioni e tradizioni sartoriali riscontrabili lungo le diverse e complesse fasi della prototipazione; si fonda su una forte radice di innovazione e sperimentazione di silhouette, configurando capi innovativi. L'approccio progettuale degli studenti si unisce alla pratica sartoriale delle donne della sartoria, definendo le fasi di taglio, cucitura e rifinitura dei modelli, ibridando tecniche tradizionali con quelle digitali e innovative.

STYLING E COMUNICAZIONE - il progetto Paesaggi della Moda Sostenibile si è concluso con l'esposizione dei capi presso la 34^a edizione della fiera del settore tessile Milano Unica 2022 e a *Première Vision* (Parigi 2022). Il progetto S'Arte si è avvalso di una strategia di comunicazione fondata sulla promozione del progetto attraverso social media, tra cui Facebook e Instagram; sulla pubblicazione dei contenuti su quotidiani stampa di rilievo locale e nazionale. Lo shooting è stato realizzato in modo dinamico, raccolto in una brochure distribuita a mezzo stampa e digitale. I labelling pensati per i capi, rettangolari bifacciali, riportano i logotipi e rispettive note tecniche e descrittive del capo.

4. Conclusioni

L'industria europea della moda affronta importanti sfide strutturali e sistemiche che richiedono un cambio di paradigma. Il Design interviene con strategie per implementare dinamiche sociali più inclusive, configurando prodotti e servizi che definiscono modelli di innovazione fondati sui processi co-creativi. La rivoluzione consapevole che riguarda le metodologie di progettazione e i processi di produzione di prodotti e servizi già avviene all'interno di molte fasi della catena di produzione industriale nei settori del Tessile e dell'Abbigliamento. Si realizzano connessioni interdisciplinari all'interno di filiere produttive eterogenee, fondate sull'innovazione multilivello, influenzando gli stili di vita per rinnovare i valori che dilagano nella società. Nasce da ciò una profonda connessione sulle differenti capacità progettuali e pratiche dei molteplici attori coinvolti, definendo un grande laboratorio di innovazione sociale (Manzini, 2015), che produce nuove forme di società, nuove soluzioni e nuovi significati. Il lavoro sul campo sviluppato dall'ecosistema dei partecipanti ha consentito l'integrazione di diversi ambiti (formativi, produttivi, sociali) che strutturano nuove forme di collaborazione. Se da un lato il design è sempre attento, aperto e per sua natura elemento unificante, estraendo costantemente dai territori che lo circondano, dall'altro il saper fare è privo di nuove aperture e interpretazioni che solo con uno sguardo più approfondito, un pensiero innovativo e adattato alla realtà attuale, riesce a sopravvivere e a riconfigurarsi in un mondo in continuo mutamento. La creazione di nuovi saperi ai margini di diversi campi di attività e del pensiero permette il rinnovamento della percezione e delle nuove logiche intergenerazionali, fondamentali per interpretare, creare e rispondere al presente con la sapienza del passato. Il dialogo tra accademia, saperi locali e

encing lifestyles to renew the values pervading society. This gives rise to a profound connection between the different design skills and practices of the multiple actors involved, defining a great laboratory of social innovation (Manzini, 2015), producing new forms of society, solutions, and meanings. The fieldwork developed by the ecosystem of participants allowed the integration of different fields (educational, productive, social), structuring new forms of collaboration. If, on the one hand, design is always attentive, open, and by its very nature a unifying element, constantly drawing from the territories around it, on the other hand, know-how is lacking in new openings and interpretations that only with a deeper look, innovative thinking and adapted to the current reality, can survive and reconfigure itself in a constantly changing world. Creating new knowledge at the margins of different fields of activity and thought allows for the renewal of perception and new intergenerational logics, which are fundamental to interpreting, creating and responding to the present with the wisdom of the past. The dialogue between the academy, local knowledge and the territory not only allows for the transfer of identity knowledge but also transforms the different actors through the students' interpretation of a territorial culture as they use and re-interpret it, enabling them to infer and induce new multi-sensory experiences and knowledge. Margetts (2013) states that only by combining know-how, materials and ideas can we create innovative products, as these three dimensions constantly compete with each other and create new ways of relating and elevating thinking. In relation to the principles of the circular economy, fashion research generates value from the recovery of waste, contributing to the definition of new social dynamics. The 'new models of formation' and the 'logics of consumption and production' are based on methodologies and practices that define significant progress in the development of sustainable and collaborative models, extending the useful life of products, the valorisation and recycling of materials with more responsible consumer approach and more efficient processes.

territorio non solo consente il trasferimento dei saperi identitari, ma trasforma anche i diversi attori attraverso l'interpretazione di una cultura territoriale da parte degli studenti che la utilizzano e la re-interpretano, consentendo loro di dedurre e indurre nuove esperienze e conoscenze multisensoriali. Margetts (2013) afferma che solo combinando *know-how*, materiali e idee possiamo creare prodotti innovativi, poiché queste tre dimensioni sono sempre in competizione tra loro e creano nuovi modi di relazionarsi, elevando il pensiero. La ricerca nel campo della moda, in relazione ai principi dell'economia circolare, genera valore dal recupero degli scarti, contribuendo alla definizione di nuove dinamiche sociali. I "nuovi modelli di formazione" e le "logiche di consumo e produzione" si fondano su metodologie e pratiche che definiscono progressi significativi nello sviluppo di modelli sostenibili e collaborativi, estendendo la vita utile dei prodotti, la valorizzazione e il riciclo dei materiali con approcci dei consumatori più responsabili e dei processi più efficienti.

References

- Armstrong, C.M., LeHew, M.L.A. (2011) Sustainable Apparel Product Development: In search of a New Dominant Social Paradigm for the Field Using Sustainable Approaches. *Fashion Practice*, V. 3, Issue 1, pp. 29-62.
- Aus, R. (2011). *Trash to trend: Using upcycling in fashion design* [Unpublished doctoral dissertation]. Estonian Academy of Arts. <https://www.digar.ee/arhiiv/en/books/15357>
- Cia Diffusion. (2019) *The textile-clothing industry*. Available at: <https://www.ciadiffusione.it/gesFiles/Filez/1537430803K100643.pdf>. Read in: May 15, 2021.
- Ellen MacArthur Foundation. *A new textile economy: Redesigning the future of fashion*. 2017. Available at: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>. Read in: May 12, 2021.
- Eppinger, E. (2022). Recycling technologies for enabling sustainability transitions of the fashion industry: status quo and avenues for increasing post-consumer waste recycling. *SUSTAINABILITY: SCIENCE, PRACTICE AND POLICY* 2022, VOL. 18, NO. 1, 114–128. <https://doi.org/10.1080/15487733.2022.2027122>
- European Commission (2018). Directive (EU) 2018/851 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 Amending Directive 2008/98/EC on Waste (Text with EEA Relevance). Brussels: European Commission. <http://data.europa.eu/eli/dir/2018/851/oj>.
- European Environment Agency (EEA) (2021). *Textiles in Europe's Circular Economy*. Copenhagen: EEA. <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy>.
- Fantin, V. et al. (2021). Sustainable and circular design, production, distribution and consumption systems - Textile - Clothing - Fashion ChainPosition paper. 2020. Available at: <https://www.react-project.net/wp-content/uploads/sites/41/2020/05/5-ICESP-Position-paper-filiera-tessile-e-moda.pdf>. Read in: 10 May 2021.
- Fashion Revolution (2021). *Why Do We Need a Global Fashion Revolution?* Leek, Staffordshire: Fashion Revolution. <https://www.fashionrevolution.org/about/why-do-we-need-a-fashion-revolution>
- Fischer, A., & Pascucci, S. (2017). Institutional incentives in circular economy transition: The case of material use in the Dutch textile industry. *Journal of Cleaner Production*, 155, 17–32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.038>
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles*. 2nd ed. London: Routledge.
- Global fashion agenda. *Pulse of the Fashion Industry Report* (2018). Available at: <https://www2.globalfashionagenda.com/publications/#pulseofthefashionindustry>. Read on: 30/04/2021
- Gorz, A. (2007). *Écologica*. Editions Galilée. Parigi
- Leite, P.R. (2009). *Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade*. San Paolo: Pearson.
- Manzini, E., & Coad, R. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation* (Design Thinking, Design Theory). The MIT Press.
- Morsetto, P. (2020). Goals for a circular economy. *Resources, conservation and recycling*, v. 153, p. 104553
- Norman, R., Ramírez, R. (1993). From a value chain to value constellation: designing interactive strategy. *Harvard Business Review*, Jul-Aug;71(4):65-77.
- Pil, F.K., Holweg, M. (2006) *Evolving from Value Chain to Value Grid*. *Mit Sloane Management Review*, Vol. 47 No. 4.
- Ranzo, P., Di Roma, A., Sbordone, M.A. (2017). Il design come mediatore dei processi di networking. *MD Journal*, Vol.: 4, Acocella Alfonso.
- Sanches, R.A., Duarte, A.Y.S., Sbordone, M.A., Ranzo, P. (2021). Tecnologia da malharia: processos e principais produtos. *Moda Palavra e-periódico*, v. 14, p. 51-72.
- Sandin, G., & Peters, G. M. (2018). Environmental impact of textile reuse and recycling. A review. *Journal of Cleaner Production*, 184, 353–365. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.266>
- Sen, A. (1984). Well-being, agency and freedom: the 1984 Dewey Conferences. *Journal of Philosophy*, 82 (April 1985); and *Capability and well-being*. WIDER conference paper.
- Sen, A. (2003). *Development as capacity expansion*. In: Fukuda-Parr S., et al. *Readings in Human Development*. New Delhi and New York: Oxford University Press.
- Wang, Y. (2006). *Recycling in Textiles*. Cambridge: Woodhead Publishing.