

Fashion Futuring: un modello di produzione sostenibile nella moda*

Alessandra Vaccari, Ilaria Vanni

Alessandra Vaccari, Università Iuav di Venezia; Ilaria Vanni, University of Technology Sydney.

* Le autrici hanno condiviso i contenuti del contributo e scritto a quattro mani l'*Introduzione*. Alessandra Vaccari è responsabile di *La moda, il futuring e il discorso sulla sostenibilità* e *La moda futuring nel laboratorio Italia*. Ilaria Vanni è responsabile di *Il quadro metodologico del futuring nella moda* e *Discussione e conclusioni*.

Introduzione

Una merceria di Siena ha reinventato il proprio ruolo e ha ampliato il lavoro iniziando a co-progettare accessori con i propri clienti, i quali possono scegliere modelli, tessuti, passamanerie e avere una borsa, un cestino, un foulard, una maglietta personalizzati e fatti a mano in pochissimo tempo. Un sarto ha imparato il suo mestiere dall'azienda di famiglia in Sicilia. A un certo punto decide di sperimentare diversi modi di creare modelli, frequenta un corso di formazione in un *makerspace* e inizia a utilizzare un software *open source* che gli consente di creare modelli utilizzando progettazione parametrica. In Trentino-Alto Adige, un gruppo di giovani ingegneri si è posto la domanda su cosa fare degli avanzi della vinificazione. La risposta è un processo di progettazione che ricicla le bucce e i grapi dell'uva in un nuovo tessuto. In Piemonte, un produttore di filati con circa due secoli di storia continua a produrre filati di alta qualità e a venderli a designer nel mercato della moda di lusso.

Queste quattro immagini iniziali introducono il tema del contributo che si interroga sulle possibilità di reimmaginare la moda in Italia in termini di sostenibilità e di trovare alternative alla crescita di produzioni insostenibili di cui la moda è stata portatrice negli ultimi decenni. Il contributo si basa sul concetto di “futuring” che è mutuato dalla teoria del design, dove è usato con riferimento all'ecologia, alla sostenibilità e all'innovazione sociale. Il concetto di *futuring* ci permette di delineare un quadro metodologico che va oltre il concetto di *eco-fashion* in quanto moda sostenibile in termini ambientali e supera anche l'idea della cosiddetta *slowfashion* come critica dell'accelerazione della produzione e del consumo di moda. Al contrario, il *futuring* allarga il modo in cui pensiamo la sostenibilità e comprende iniziative che vanno dalle economie circolari ai modelli di progettazione partecipativa e progettazione aperta.

In questo contributo a carattere metodologico presentiamo le idee principali che hanno dato impulso alla ricerca in corso sul *futuring* della moda in Italia. In opposizione a visioni distopiche di crescita insostenibile di cui la *fast fashion* è stata portatrice negli ultimi decenni¹, delineiamo qui possibili direzioni di ricerca, presentando un quadro articolato su due assi: 1) filiera corta e filiera lunga e 2) fatto a mano e

manifattura digitale. All'intersezione di queste due assi si creano così quattro aree di analisi: fai da te (*Do It Yourself*); futuro artigiano; produzione digitale; sperimentazione industriale. L'ipotesi di ricerca è che esista un laboratorio italiano di design e cultura della moda, in grado di prefigurare nuove culture materiali e nuovi sistemi di produzione, circolazione e consumo della moda. Per contestualizzare il carattere sperimentale e prefigurativo di questo laboratorio di progettazione, le prossime due sezioni sono dedicate ai due concetti principali che sostengono il progetto di ricerca: da un lato il *future* applicato alla moda e, dall'altro, il concetto di "laboratorio Italia"².

La moda, il future e il discorso sulla sostenibilità

Generalmente si pensa che la moda non abbia obblighi morali verso il futuro. Tuttavia, esempi quali i tessuti creati da fonti rinnovabili; il ciclo di prodotti che non generano rifiuti e la nuova industria dell'abbigliamento basata su tecnologie digitali indicano il contrario. Alla fine del secondo decennio del ventunesimo secolo, pensare la moda in relazione al futuro ha iniziato ad acquisire sempre maggiore rilevanza e forza comunicativa. Nel campo degli studi sulla moda, le riflessioni sulla fine della moda come sistema rotto e da riparare hanno sollevato un dibattito parallelo su futuri possibili, e allo stesso tempo hanno ridefinito la moda stessa, come viene illustrato negli esempi seguenti³. La moda si collega agli obiettivi delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile (OSS), istituiti nel 2015 con il titolo *Trasformare il nostro mondo: l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile*⁴. I 169 obiettivi fissati dagli OSS affrontano un ampio spettro di questioni relative alla sostenibilità e alla sicurezza economica. A seguito di questa agenda, l'anno 2030 è diventato un punto di riferimento temporale chiave. L'associazione internazionale senza fini di lucro Forum for the Future e il Center for Sustainable Fashion del London College of Fashion-University of the Arts London hanno presentato in occasione della decima edizione del Copenhagen Fashion Summit nel 2019, *Fashion Futures 2030*, uno scenario globale per la moda sostenibile concepito per aiutare le industrie e le persone a "pensare a un futuro diverso per la moda"⁵. Nello stesso anno, è stato pubblicato il libro *Fashion Industry 2030* dedicato a una serie di casi di studio per interrogarsi su come dare una nuova forma al futuro della moda⁶. Più in generale, il riferimento al 2030 ha comportato una sempre più marcata attenzione verso il discor-

so del “futuro”. Studenti e attivisti che si occupano di cambiamento climatico hanno organizzato la campagna *Friday for Future*, diventato un movimento globale nel 2019. Sempre in ambito di attivismo, lo slogan “no future” è stato adottato dal movimento ambientale Extinction Rebellion per mettere in evidenza la non sostenibilità degli stili di vita attuali. Attraverso la campagna *#BoycottFashion*, il movimento ha chiesto ai propri sostenitori di non comprare vestiti nuovi per un anno, ma di riparare e rinnovare, condividere e scambiare, salvare e riutilizzare i vestiti, in modo da creare nuove ecologie di consumo. Nel 2019, la designer francese Marine Serre ha avuto una grande eco mediatica definendo le sue collezioni “futurewear” e ha combinato stile tecnico e sportivo con sensibilità ambientale in una linea chiamata “eco-futuristica”, progettata con prodotti usati e riciclati⁷. In un contesto mondiale di crescente richiesta di un futuro migliore, ma anche di crescente ansia su cosa il futuro riserverà alle nuove generazioni, accentuata nel 2020 dalla pandemia di Covid-19, la moda dovrebbe svolgere un ruolo cruciale nell’incoraggiare un cambiamento critico, stimolando visioni radicali e azioni pervasive, dai sistemi industriali su larga scala a esperienze individuali. Questo contributo offre una riflessione su alcune possibili direzioni di ricerca e pensiero, partendo dal concetto di *futuring*.

Il concetto di *futuring* deriva dal lavoro del teorico del design Tony Fry, che sostiene la necessità di creare nuove strategie di design per rispondere a un mondo che è diventato insostenibile. Fry chiama queste strategie “pratiche di redirezione” e ne delinea i tratti principali: le pratiche di redirezione facilitano lo scambio di conoscenze; contestano l’insostenibilità dello status quo; promuovono la trasformazione della conoscenza in azione; e modellano le comunità di cambiamento verso un obiettivo comune. È importante notare che, come sottolineato da Fry, le pratiche di redirezione si differenziano dai modi prescrittivi di pensare, lavorare e creare e producono non solo nuovi oggetti, ma anche nuove culture e pratiche del design, oltre che nuovi modi di intendere la figura del designer⁸.

Il *futuring* sta diventando un concetto chiave anche nella moda. La studiosa della sostenibilità nella moda Alice Payne, per esempio, considera il *futuring* come un processo dinamico in grado di mediare due interpretazioni opposte della sostenibilità⁹. La prima interpretazione è basata su un’idea di evoluzione tecnologica ottimista e graduale verso un’industria più pulita. La seconda sostiene un approccio più prudente per liberare la moda dall’imperativo di crescita insostenibile del capitalismo.

In questo contributo, attraverso il concetto di *futuring* applicato alla moda, si intende superare l'esclusività di alcune proposte di soluzioni che pongono l'attenzione principalmente sulle scelte individuali. Queste posizioni includono, ad esempio, la "eco fashion" come sola sostenibilità ambientale¹⁰; la "slow fashion" come critica all'accelerazione della produzione e del consumo della moda¹¹ e il recupero dell'antico concetto filosofico greco del "bello e buono" che unisce etica ed estetica¹². Ognuno di questi approcci ripete un'idea di moda sostenibile come un concetto elitario che implica esclusivamente il legame tra lento e costoso, innovazione e lusso. Al contrario, il *futuring* è un nuovo approccio al discorso globale sulla moda sostenibile¹³ che enfatizza iniziative che vanno dalla creazione di economie circolari¹⁴ ai modelli di design partecipativo¹⁵ e all'*open design*¹⁶. Tutte queste iniziative hanno in comune la ricerca di un approccio olistico al design, alla produzione e al consumo della moda che comporta anche, ad esempio, le pratiche *fai da te* e le innovazioni sostenute dalla libera circolazione di idee e competenze.

La moda futures nel laboratorio Italia

L'Italia rappresenta un caso di studio interessante perché grandi marchi, designer emergenti e una pluralità di artigiani coesistono sul suo territorio. Ognuna di queste realtà ha un'immagine particolare, che sottolinea rispettivamente il marketing, la creatività e il carattere intellettuale del lavoro manuale. Nel loro insieme, queste diverse dimensioni mostrano come la moda in Italia sia un fenomeno poliedrico e complesso, definito da tensioni positive tra tecniche tradizionali e nuove tecnologie. Per rispondere a queste complessità, questo contributo sul *futuring* si colloca in una rete di studi sulla moda interpretata in chiave interdisciplinare e in relazione alla storia del capitalismo. Il progetto parte dall'idea di "laboratorio Italia" teorizzato dal filosofo Michael Hardt come modello di sperimentazione politica in cui teoria e pratica vanno di pari passo. Nelle parole di Hardt:

La relazione tra teoria e pratica rimane una problematica aperta, una sorta di laboratorio per sperimentare gli effetti di nuove idee, strategie e organizzazioni. La rivoluzione non può essere altro che questo processo di sperimentazione continuamente aperto.¹⁷

In Italia, negli ultimi anni, il concetto di “laboratorio” è stato rielaborato e ha acquisito un nuovo significato. In questa rielaborazione “laboratorio” diventa un concetto paradigmatico per ripensare il Made in Italy come “contro-egemonia culturale in un mercato internazionale dominato dagli Stati Uniti”¹⁸. Di pari passo “laboratorio” acquista un nuovo significato nella sua ricontestualizzazione dalla filosofia politica al pluralismo culturale del design italiano, dove comincia così a essere applicato ai settori della moda, dell’architettura e delle arti visive e performative¹⁹. Partendo dai due dibattiti teorici sul futuring e sul laboratorio Italia, questa ricerca propone di identificare, mappare e analizzare le pratiche di redirezione e sperimentazione che emergono nel campo della progettazione, produzione e comunicazione della moda in Italia. Uno dei primi risultati è uno strumento teorico per studiare nuove aree di contatto tra pratiche creative nel campo della moda e forme di attivismo²⁰. Le pratiche futuring e il laboratorio italiano di moda sono identificati nel quadro metodologico delineato dall’intersezione di: fai da te; futuro artigiano, produzione digitale e sperimentazione industriale.

Il quadro metodologico del futuring nella moda

Questa sezione amplia il quadro metodologico che abbiamo delineato nella introduzione. Tale quadro è organizzato su due direttrici: l’asse della pratica e della conoscenza, che va dal fatto a mano fino alla manifattura orientata alla tecnologia, e l’asse della produzione e distribuzione, che va dalla filiera corta a quella lunga. Queste due direttrici si intersecano per formare quattro quadranti e ciascuno di questi quadranti comprende pratiche di progettazione, teoria e manufatti. Questo framework è uno strumento per pensare e mappare le pratiche di progettazione emergenti che sono oggetto della ricerca.

1. Fai da te (filiera corta + fatto a mano)

Il ventunesimo secolo ha visto il rilancio delle pratiche di autoproduzione nel campo dell’abbigliamento, dai gruppi informali per condividere il lavoro a maglia ai corsi di taglio e cucito. Queste pratiche indicano il desiderio di sfuggire ai classici meccanismi di produzione e consumo, ma anche di rivalutare le capacità creative individuali. Le prospettive femministe hanno recuperato la maglia, l’uncinetto, il ricamo e altre forme di artigianato domestico come esempi di creatività e lavoro femminile non retribuito²¹. Più recentemente queste forme di artigianato

sono state amplificate attraverso il web 2.0²², ad esempio con siti dedicati alla condivisione delle tecniche, con piattaforme che consentono filiere corte (Etsy) e con social media ad alto contenuto visivo (Pinterest e Instagram). Il fatto a mano, l'artigianato e il fai da te sono definizioni legate ad attività creative un tempo considerate marginali, e recuperate da studi femministi che hanno criticato l'assenza o la marginalizzazione dell'artigianato femminile dalle storie del design e dell'arte²³. Come esempi di creatività personale, queste pratiche mobilitano un immaginario di individualità, resilienza economica, reinvenzione delle tradizioni, forme di moda più democratiche e forme di "attivismo silenzioso"²⁴. Come pratica di consumo, il fai da te è in linea con una nuova tendenza alla frugalità²⁵, mentre il produrre vestiti o l'acquistare direttamente da produttori artigiani possono essere letti come atti di micro-resistenza e forme di disobbedienza materiale alle molte questioni etiche e ambientali della fast fashion. Infine, i prodotti artigianali e fatti a mano si appellano a una ricerca di autenticità, unicità e valore aggiunto in opposizione all'ubiquità della moda veloce e dell'alta moda²⁶.

2. Futuro artigiano (filiera lunga + fatto a mano)

Futuro artigiano è il titolo di un libro del 2011 di Stefano Micelli dedicato alle culture e alle pratiche del fatto a mano artigianale, che l'autore pone al centro del concetto di Made in Italy²⁷. Micelli sostiene che sono proprio le capacità del sapere fare artigiano²⁸, sia nelle piccole che nelle grandi aziende, che contribuiscono al prestigio della produzione italiana a livello globale. Il fatto a mano diventa così un punto d'incontro tra locale e globale. Piccoli marchi indipendenti, per esempio, hanno rivitalizzato tecnologie tradizionali, come nel caso di Ijo' Design, marchio fondato nel 2001 da Annalisa Surace, che ha recuperato i metodi artigianali pugliesi di tessitura su telai in legno d'ulivo. Un altro esempio è rappresentato dal concetto di "fabbrica lenta" lanciato dell'azienda tessile Bonotto come manifesto contro la standardizzazione industriale tessile e la produzione di massa a basso costo. Come spiega il sito web dell'azienda, per Bonotto i processi di produzione vengono "affidati a macchinari meccanici, non elettronici, privi di automatismi. Vecchi telai scartati e in disuso, appunto perché 'lenti'"²⁹.

3. Produzione digitale (filiera corta + tecnologia)

L'avvento di una nuova cultura del fare (*maker culture*) coincide sia con il desiderio di reimmaginare la produzione e il consumo nella direzione di futuri sostenibili, sia con la capacità di eliminare la differenza tra il ruolo di produttore e consumatore. La diffusione di tecnologie digitali come i *laser cutter* associati a software *open source* ha generato nuovi modi di concepire il design della moda. Nel campo della moda, la produzione digitale non si limita alla produzione di nuovi oggetti, ma include la reinvenzione di una filiera della moda a chilometro zero e la creazione di nuovi designer in grado di integrare il know-how artigianale con la conoscenza digitale. Include anche l'invenzione di nuove tecnologie o l'hackeraggio di strumenti esistenti. Ad esempio, lo spazio di produzione milanese WeMake gestisce programmi di formazione sulla moda digitale che utilizzano tecnologie *open source* e combinano competenze specifiche del design della moda con la conoscenza di nuove tecnologie digitali. La creazione di cartamodelli, ad esempio, si basa sia su metodi di design della moda "tradizionali", sia sulla sperimentazione con le possibilità offerte dal software parametrico di modellistica (Seamly2) che consente al designer di modificare le dimensioni senza dover produrre nuovi cartamodelli per ogni taglia. Allo stesso modo, le macchine per maglieria degli anni Ottanta del ventesimo secolo sono aggiornate con uno circuito e un microcontrollore Arduino, utilizzati in combinazione con un software grafico *open source* per produrre motivi a maglia innovativi³⁰. I files di motivi e disegni hackerati possono essere diffusi online per poi essere prodotti localmente (nei makerspace o in altri spazi dotati di tecnologie come i fab lab) e i modelli prodotti possono essere venduti attraverso piattaforme online, come Etsy.

4. Sperimentazione industriale (filiera lunga + orientata alla tecnologia)

Mentre l'importanza della sostenibilità continua a crescere a livello ambientale, socioculturale ed economico, nel campo del design dà luogo a sperimentazioni basate sulla logica del Riduci, Riusa, Ricicla, come nel caso dell'invenzione di nuovi tessuti realizzati con biomateriali come i funghi (Mycotex di Neffa), o il latte di scarto (QMilk), le alghe (Algae Apparel) e i residui agricoli (Crop à Porter). La sperimentazione con residui agroalimentari è particolarmente sviluppata in Italia, dove la produzione locale genera un'abbondanza di materie pri-



Bonotto, "la fabbrica lenta", sullo sfondo *Dream* di Yoko Ono.
Foto di Giovanni Bonotto. Courtesy: Fondazione Bonotto

me da in grado di sostenere un'economia circolare basata sulla trasformazione dei rifiuti. Orange Fiber, per esempio, è un'azienda siciliana che trasforma le bucce di agrumi in tessuti. Nuovi materiali ottenuti dalle bucce delle mele (Frumat) e dagli scarti della produzione del vino (Vegea) sono prodotti da altrettante aziende italiane specializzate in materiali vegani ed eco-compatibili. Questi esempi mostrano come l'innovazione sostenibile possa contribuire a trasformare radicalmente l'industria tessile e conciaria, che nel ventesimo secolo sono state le colonne portanti del Made in Italy.

Discussione e conclusioni

Il quadro teorico e metodologico del fashion futuring intende evidenziare nuove aree di contatto tra fashion design e forme di attivismo; abilità artigianali tradizionali e cultura dell'innovazione tecnologica; e produzioni di alta qualità su piccola scala e fabbricazione digitale. Inoltre, mira a contribuire a ripensare le implicazioni culturali, ambientali e socioeconomiche del ruolo del designer di moda, dalle condizioni di lavoro alla *weltanschauung*³¹. Alla luce del laboratorio Italia, e da un punto di vista storiografico, questa ricerca intende superare l'interpretazione della moda italiana ereditata dalla fine del ventesimo secolo e costruita sull'opposizione tra la politicizzazione di massa della cultura italiana negli anni Sessanta e Settanta e l'edonismo degli anni Ottanta e seguenti decenni, incarnati dalla moda. La ricerca evidenzia il ruolo positivo che la moda italiana potrebbe svolgere nel contesto del ventunesimo secolo, prestandosi a dare un contributo, così come il design, a generare forme di resistenza e resilienza al cambiamento climatico globale.

A livello metodologico, il fashion futuring permette di combinare studi sulla moda, teoria del design, ricerca storica, ricerca sul campo e analisi qualitativa. Su scala territoriale e nazionale, questa ricerca riguarda designer di moda indipendenti, start up, piccole e medie imprese, dipartimenti di sostenibilità dei gruppi del lusso, fiere indipendenti dedicate all'artigianato e alla moda sostenibile come Venice Fashion Week, associazioni internazionali come Fashion Revolution e la rete dei fablab.

A livello teorico, il principale obiettivo teorico è di contribuire a concettualizzare una teoria italiana della moda e studiare le nuove culture materiali generate dal futuro della moda. Un secondo obiettivo

è di sostenere i futuri sostenibili, contribuendo a interpretare, e quindi ad affrontare l'attuale emergenza climatica e ambientale attraverso la diffusione e la valorizzazione di pratiche volte a reindirizzare il design della moda come prodotto e reimmaginarlo sia a livello individuale che come pratica collettiva.

L'indagine fino a qui svolta permette di concludere che la moda per il futuro e il futuro della moda sono temi emergenti, in grado di catturare l'interesse di marchi globali, aziende di piccole e medie dimensioni e designer indipendenti. Data la loro complessità e urgenza, gli studi sulla moda devono dotarsi di approcci interdisciplinari. Il fashion futuring può essere uno di questi poiché, come si è detto, si inserisce in una rete di studi che indaga la moda in chiave interdisciplinare, e in relazione con la storia del capitalismo da un lato e con la letteratura sulla sostenibilità dall'altro. Questo studio preliminare ha identificato alcuni esempi di futuring nel design della moda all'intersezione di quattro linee direttive: fai da te; artigiani futuri; produzione digitale; sperimentazione industriale. Tale quadro potrebbe aiutare a migliorare la comprensione della sostenibilità della moda, offrendo uno strumento per mapparla e mettere in relazione l'ampio spettro di esperienze che emergono oggi in Italia.

1. A. Payne, *Fashion Futuring in the Anthropocene: Sustainable Fashion as "Taming" and "Rewilding"*, in "Fashion Theory. The Journal of Dress, Body & Culture", vol. 23, n. 1, 2019, pp. 5-23.
2. M. Hardt, *Introduction: Laboratory Italy*, in M. Hardt, P. Virno (a cura di), *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*, University of Minnesota Press, Minneapolis 1996, pp. 1-10.
3. V. Steele, *Fashion futures*, in A. Geczy, V. Karaminas (a cura di), *The End of Fashion: Clothing and Dress in the Age of Globalization*, Bloomsbury, London-New York 2019, pp. 5-18.
4. Assemblea generale delle Nazioni Unite, *Trasformare il nostro mondo: l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile*, A/RES/70/1, 25 settembre 2015, <https://unric.org/it/wp-content/uploads/sites/3/2019/11/Agenda-2030-Onu-italia.pdf>, consultato il 20 gennaio 2020.
5. D. Williams et al., *Fashion Futures 2030*, <https://www.fashionfutures2030.com/scenarios/home>, consultato il 10 novembre 2019.
6. F. R. Rinaldi, *Fashion Industry 2030: Reshaping the Future Through Sustainability and Responsible Innovation*, Bocconi University Press-Egea, Milano 2019.
7. C. Evans, A. Vaccari, *Il tempo della moda. A conversation of fashion and time*, in "Zonemoda Journal", vol. 9, n. 2, 2019, pp. 169-72. Vedi anche C. Evans, A. Vaccari (a cura di), *Time in Fashion*, Bloomsbury, London-New York 2020.
8. T. Fry, *Redirective Practice: an Elaboration*, in "Design Philosophy Papers", vol. 5, n. 1, 2007, pp. 5-20. Vedi anche T. Fry, *Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice*, Bloomsbury, London 2009.
9. A. Payne, *Fashion Futuring in the Anthropocene: Sustainable Fashion as "Taming" and "Rewilding"*, cit.
10. S. Scaturro, *Eco-Tech Fashion: Rationalizing Technology in Sustainable Fashion*, in "Fashion Theory. The Journal of Dress Body and Culture", vol. 12, n. 4, 2008, pp. 469-88. Vedi anche S. Brown, *Eco Fashion*, Laurence King, London 2010.
11. H. Clark, *Slow Fashion: an Oxymoron or a Promise for the Future?*, In "Fashion Theory. The Journal of Dress, Body & Culture", vol. 12, n. 4, 2008, pp. 427-46. Vedi anche K. Fletcher, *Slow Fashion*, in "The Ecologist", vol. 37, n. 5, 2007, <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion>, consultato il 20 gennaio 2020 e K. Fletcher, *Slow fashion: an invitation for systemic change*, in "Fashion Practice. The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry", vol. 2, n. 2, 2010, pp. 259-65.
12. M. L. Frisa, M. Ricchetti (a cura di), *The Beautiful and the Good: Reasons for Sustainable Fashion*, Centro di Firenze per la moda italiana, Firenze 2011.
13. A. Gwilt, A. Payne, E. A. Ruthschil-

ling (a cura di), *Global Perspectives on Sustainable Fashion*, Bloomsbury, London 2019.

14. P. Smith, J. Baille, L. S. McHattie, *Sustainable Design Futures: An Open Design Vision for the Circular Economy in Fashion and Textiles*, in "The Design Journal", vol. 20, 1, 2017, pp. 1938-47.

15. A. Fuad-Luke, A. L. Hirscher, *Open Participatory Designing for an Alternative Fashion Economy*, in K. Niinimäki (a cura di), *Sustainable Fashion: New Approaches*, Aalto ARTS Books, Helsinki 2013, pp. 174-82. Vedi anche A. Fuad-Luke, A. L. Hirscher, K. Moebus, (a cura di) *Agents of Alternatives: Re-designing our Realities*, Agents of Alternatives, Berlin 2015.

16. Z. Romano, *Openwear Collaborative Clothing*, in A. Fuad-Luke, A. L. Hirscher, K. Moebus (a cura di), *Agents of Alternatives: Re-design our Realities*, Agents of Alternatives, Berlin 2015, pp. 220-28.

17. M. Hardt, *Introduction: Laboratory Italy*, in M. Hardt, P. Virno (a cura di), *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*, cit., p. 2.

18. D. Balicco, *Modernità godibile*, in M. Borgherini, S. Marini, A. Mengoni, A. Sacchi, A. Vaccari (a cura di), *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, Mimesis-Università Iuav di Venezia, Milano-Venezia 2018, p. 39.

19. M. Borgherini, S. Marini, A. Mengoni, A. Sacchi, A. Vaccari (a cura di), *op. cit.*

20. I. Vanni, *Precarious Objects. Activism and Design in Italy*, Manchester University Press, Manchester 2020.

21. B. Greer, *Knitting for Good: A Guide to Creating Personal, Social and Political Change, Stitch by Stitch*, Roost Books, Boston-London, 2013. Vedi anche F. Hackney, *Quiet Activism and the New Amateur*, in "Design and Culture", vol. 5, n. 2, 2013, pp. 169-93, e D. K. Rosner, *Critical fabulations: Reworking the methods and margins of design*, The MIT Press, Cambridge Mass. 2018.

22. D. Gauntlett, *Making is Connecting*, Polity Press, Cambridge Mass. 2011.

23. R. Parker, G. Pollock, *Old Mistresses: Women, Art, and Ideology*, Pantheon Books, New York, 1981. Vedi anche B. Greer, *Knitting for Good: A Guide to Creating Personal, Social and Political Change, Stitch by Stitch*, cit. e F. Hackney, *Quiet Activism and the New Amateur*, cit.

24. F. Hackney, *Quiet Activism and the New Amateur*, cit.

25. O. von Busch, *Hacking Fashion*, in S. Yelavich, B. Adams (a cura di), *Design as Future-Making*, Bloomsbury, London 2014, pp. 47-57.

26. S. Micelli, *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani*, Marsilio, Venezia 2011.

27. *Ibid.*

28. R. Sennett, *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano 2008.

29. Bonotto, *The Slow Factory*, <https://www.bonotto.biz/en/about/story.html>, consultato il 3 febbraio 2020.

30. I. Vanni, *Precarious Objects. Activism and Design in Italy*, cit.

31. A. Vaccari, *Self-Reliant Fashion: Nuovi approcci e pratiche*, in “Dialoghi internazionali”, n. 18, 2012, pp. 164-167.