

STRATEGIA. PRONTA LA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE

## Lana, il rilancio parte da Biella

«La lana? Una materia prima essenziale nella nostra quotidianità, ma alla quale forse non è stata data sufficiente visibilità». Con queste parole Peter Zedda, presidente dell'Associazione Commercio Laniero ha presentato ieri la «roadmap» sulla lana, un opuscolo e un video predisposti dall'International Wool Textile Organisation, i cui delegati, giunti da

tutto il mondo, si sono incontrati a Biella per confrontarsi sul tema della comunicazione.

La versione italiana della campagna di sensibilizzazione in difesa della materia prima, è stata resa possibile (anche grazie al contributo di Sistema Moda Italia, dell'Unione Industriale e della Camera di Commercio) per la determinazione dell'associazione cittadina che, con questa iniziativa,



Peter Zedda di Commercio Laniero

va a colmare una lacuna sempre più grande soprattutto fra le generazioni più giovani.

La pubblicazione è chiara e approfondita e rende onore a una fibra ecologica, biodegradabile, sostenibile, ignifuga e traspirante. «Certo si tratta di una fibra "tradizionale" - ha spiegato Zedda -, impiegata dall'uomo da millenni, che reca con sé un bagaglio culturale e un'eredità storica e so-

ciale importantissima. Eppure non sempre se ne mettono in luce le straordinarie potenzialità e la sua capacità di adattarsi agli scenari attuali e futuri, in altre parole la sua versatilità. La lana offre applicazioni e soluzioni in tutti i campi: dall'abbigliamento ai tessili per l'arredamento, fino agli impieghi più tecnologicamente innovativi dei tessili tecnici. L'Italia, da sempre all'avanguardia nella produzione laniera di elevatissima qualità, oggi potrà disporre di uno strumento in più per restituire alla lana la visibilità che merita».

Durante la presentazione sono intervenuti anche l'im-

prenditore Pier Luigi Loro Piana, il presidente di Camera di Commercio Gianfranco De Martini, il vicepresidente dell'Uib Rodolfo Botto Poala, oltre al presidente Iwto, Günther Beier.

«È ormai una priorità spiegare al consumatore finale ma pure a chi è intermediario, quindi stilisti e confezionisti, che la lana ha proprietà inimitabili - ha aggiunto Loro Piana - Le fibre handmade, quelle sintetiche, hanno forse costi minori di produzione ma non sappiamo come si potranno smaltire in futuro, problema che con una materia naturale non si pone».

[P. G.]