

2020

Cooperativ**Alice**

SOCIALLY MADE IN ITALY

IT

2020

Cooperativ**Alice**

01
02
03
04
05

04 Etica & Moda
12 Tradizione & Artigianalità
20 Sostegno, Sociale & Fato
26 Manifesto
28 Partners

ETICA & MODA

01



Il nostro scopo? Diffondere consapevolezza e cambiare le modalità in cui la moda è realizzata e consumata. Vogliamo farlo attraverso i nostri laboratori, spazi in cui lavorano insieme persone con storie diverse, a tratti pesanti, che acquisiscono nuove competenze sotto la guida di leader del settore.

Con il sostegno di partner, sponsor e persone fisiche generose, mettiamo in mostra e portiamo sul mercato il fascino indiscusso dell'artigianalità nei prodotti tessili creati nei diversi laboratori gestiti dalla cooperativa.

Bisogna cambiare il modo in cui si concepisce, si progetta la moda, non solo con cui si guarda ai materiali da utilizzare. La realtà è più complessa e merita un dibattito più alto e approfondito; occorre rompere gli stereotipi su ciò che si intende per "sostenibilità" nel 2019.

Attraverso il nostro lavoro e la collaborazione con un numero crescente di aziende e protagonisti del mondo del design vogliamo sfatare il mito che la sostenibilità, così come è intesa nell'Agenda 2030, sia soltanto una questione di materiali utilizzati.



La moda, in quanto strumento di comunicazione e di trasformazione sociale, non può esimersi dallo scendere in campo per generare società più inclusive, pari opportunità, attenzione all'ambiente, alle persone e all'etica dell'economia.

Etica e Moda Sostenibile

Oggi sia le persone che l'ambiente soffrono a causa del modo in cui la moda è prodotta e consumata. Occorre agire subito, perchè si interrompa il processo. Al momento la maggior parte del mondo vive in un'economia capitalista: le aziende devono aumentare la crescita delle vendite e dei profitti in modo da poter rimanere sul mercato e avere successo. Ma questo non può più avvenire a spese dei lavoratori, delle loro condizioni di lavoro, di salute, di salario, di dignità e di creatività. E di certo non a spese dell'ambiente e delle risorse naturali del pianeta. Che siate qualcuno che semplicemente compra e indossa abbigliamento e moda (ovvero quasi tutti noi) o lavoriate nel settore, in un punto qualsiasi della filiera produttiva, oppure se siete dei politici che possono agire in ambito legislativo, siete comunque in qualche modo responsabili dell'impatto che la moda ha sia sulle persone che sull'ambiente.

Cosa deve cambiare:

il modello, i materiali, la mentalità. Per raggiungere un vero cambiamento queste tre questioni devono essere prese in considerazione. Per spiegarlo meglio, prendiamo a prestito una struttura concettuale sviluppata dalle ricercatrici Rebecca Earley e Kate Goldsworthy.

1. Il Modello – Il business della moda

Le modalità di produzione e consumo della moda si sono drammaticamente velocizzate e aumentate di volume negli ultimi 20/30 anni. E di conseguenza abbiamo assistito a incidenti nelle fabbriche sempre più frequenti e con un numero crescente di vittime. Nell'ultimo decennio le aziende di abbigliamento hanno visto alzarsi i costi, sia per quanto riguarda il

lavoro, che per le materie prime e i prezzi delle fonti energetiche. Eppure, nonostante il costo di produzione sia cresciuto, il prezzo che noi paghiamo per l'abbigliamento è più basso che mai. Questo sistema non funziona. Fashion Revolution crede che l'intera industria della moda debba radicalmente cambiare paradigma e che il modo in cui produciamo e consumiamo l'abbigliamento debba essere trasformato: i modelli di business dovranno cambiare e saranno necessarie un gran numero di soluzioni diverse.

2. I Materiali – Gli esseri umani & il pianeta

Le lesioni dei diritti umani e il degrado ambientale sono largamente diffusi. La verità è che non esistono misure minime di sicurezza e salute per molte persone che lavorano nella filiera produttiva dell'abbigliamento. Il salario minimo legale nella maggior parte dei Paesi che producono abbigliamento raramente basta ai lavoratori per mantenersi.

150 miliardi di pezzi di abbigliamento escono ogni anno dalle fabbriche, eppure solo gli Americani buttano via circa 14 milioni di tonnellate di vestiti ogni anno, ovvero più di 36 kg a persona. Secondo l'EPA – Environmental Protection Agency, l'agenzia ame-



ricana di protezione ambientale, nel 2012 l'84% dei vestiti non più desiderati negli Stati Uniti sono finiti in discarica o all'inceneritore.

Contemporaneamente, le tecniche artigianali e legate ai diversi retaggi culturali stanno scomparendo. In larga parte questo è dovuto alla produzione di massa e parzialmente è anche il risultato di vestiti di seconda mano che invadono i mercati locali. Rischiamo di perdere antiche tecniche artigianali che sono state tramandate per generazioni nelle comunità di tutto il mondo.

I nostri abiti hanno anche un devastante impatto ambientale. Un'enorme quantità d'acqua è usata per produrre abbigliamento attraverso la coltivazione del cotone e i processi ad acqua, come la colorazione e il lavaggio. Le sostanze chimiche usate per coltivare, colorare, lavare e trattare i vestiti finiscono per inquinare i fiumi e le acque in generale. Infine, l'abbigliamento è responsabile per circa il 3% delle emissioni globali di CO2, secondo il Carbon Trust.

3. La Mentalità – Cambiare il modo in cui concepiamo la moda

Il modo in cui consumiamo l'abbigliamento è cambiato negli ultimi 20/30 anni. Compriamo più vestiti di un tempo, ma spendiamo meno per acquistarli. Un secolo fa spendevamo più della metà dei soldi guadagnati per abiti e per il cibo: oggi ne spendiamo meno di un quinto. Compriamo il 400% in più di vestiti rispetto a vent'anni fa. Ogni volta che compriamo qualcosa che costa meno di quel che pensiamo dovrebbe costare, siamo implicitamente collegati all'impatto di quella transazione.

Dobbiamo spezzare la nostra dipendenza verso questo bisogno di velocità e maggiori consumi. Dobbiamo renderci conto del vero costo di ciò che consideriamo un "buon affare". Infine, dobbiamo comprare meno, comprare meglio e continuare a porre domande sulle realtà che si celano dietro quello che stiamo compran-

do. Dobbiamo amare di più i vestiti che già abbiamo e impegnarci seriamente per farli durare più a lungo. In ogni caso, la mentalità sta già iniziando a cambiare. Questo è evidenziato dal grande numero di persone che sono state coinvolte dalla Fashion Revolution negli ultimi quattro anni ([qui potete leggere di più sull'impatto dell'iniziativa](#)).

Il report "State of Fashion 2017" stilato da McKinsey con il magazine The Business of Fashion spiega: «Se il 2016 è stato un anno di forze opposte che si sono scontrate, la spinta verso la sostenibilità è stata un filo conduttore in tutto il settore moda. La sostenibilità sta diventando un fattore importante per le decisioni di acquisto dei consumatori. Nei mercati emergenti, per esempio, più del 65% dei consumatori cerca attivamente moda sostenibile». <https://www.fashionrevolution.org/about/why-do-we-need-a-fashion-revolution/>

Photography by Annie Collinge.



TRADIZIONE & ARTIGIANALITÀ

02

Artwork *The Only Point Was (At) You* by Rebecca Laddis.



Alice non è semplicemente un'organizzazione senza scopo di lucro. È un laboratorio di moda, un luogo d'incontro per scuole, aziende e designer per informare ed educare il resto della società sui benefici che comporta riprendere e diffondere pratiche etiche nella creazione di beni di consumo.

Alice è un promemoria per ricordarci che dietro ogni oggetto, c'è un essere umano.

Gli standard di qualità di Alice sono il nuovo Made in Italy e rappresentano il prossimo capitolo dell'eredità dell'alta moda italiana. I nostri laboratori sono costituiti da persone in stato di detenzione o vittime di violenza che lavorano insieme e imparano nuove capacità sotto la guida di leader nell'industria della moda. Queste persone non solo si stanno riconquistando l'indipendenza, ma stanno diventando parte di una tradizione più ampia, quella delle tecniche artigianali.

Collaborazione, dialogo e integrazione sono gli elementi chiave per un domani migliore.



4. Il Capitale Umano – La Cooperativa

Fondata nel 1992, Alice è una cooperativa senza fini di lucro. Delle 30 persone impiegate, 25 sono donne in difficoltà. I nostri percorsi e il nostro passato sono diversi, ma giochiamo sullo stesso terreno se aggiungiamo questa informazione: le donne di Alice sono esse stesse una rete di sostegno, a disposizione di altre donne perchè sia più semplice “farcela” e avere successo. Siamo Educatori, esperti di marketing, designer, sarte, pellettieri: siamo i membri operativi dei diversi rami della cooperativa. Tutti noi amiamo continuare ad imparare e a conoscere i mestieri e, insieme, ci adoperiamo per preservare e diffondere le tecniche artigianali italiane. Ciò che è ancora più importante, però, è il nostro sforzo per mettere in pratica ciò che è previsto dalla nostra Costituzione: il diritto a tornare ad essere partecipanti attivi dell’economia italiana, con tutta la restituzione di dignità che questo comporta.

Il nostro apporto individuale non solo diventa un pilastro del brand Made in Italy, ma anche fonte della sua futura prosperità. Il nostro impegno collettivo si rivolge alle tre P: persone, produzione, pianeta. Ci impegniamo per essere etici e responsabili delle nostre azioni. Siamo consapevoli di avere il potere di cambiare il modo in cui si concepisce, produce e consuma la moda. Siamo consapevoli che dietro ogni oggetto c’è un essere umano e perciò ci impegniamo ad agire responsabilmente nei confronti delle persone e del pianeta. Ci impegniamo a essere più consapevoli, a comprare meno, a comprare a livello locale. Pensiamo che la moda possa essere portatrice di cambiamenti e valori positivi. Di conseguenza siamo partecipanti attivi nel percorso verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile del millennio, fissati per il 2030 dalle Nazioni Unite.

Io sono Alice, sono ricca di dignità, sono globale, sono ispirata, sono responsabile, sono importante, sono etica, sono sostenibile, sono artigianalità, sono tradizione, sono Italia



Artwork *The Sound of Silk Tearing* by Rebecca Ladds.

5. Essere Etici

Il modello di business della cooperativa è basato sull'etica, su valori e principi che mettono i bisogni e le aspirazioni dei suoi membri al di sopra del semplice scopo di massimizzare i profitti. Le cooperative alimentano e diffondono una visione a lungo termine per la crescita economica sostenibile, lo sviluppo sociale e la responsabilità ambientale. Lo fanno attraverso l'aiuto, la legittimazione e l'empowerment, attraverso il fatto di reinvestire nelle comunità e di preoccuparsi per il benessere delle persone e del mondo in cui viviamo.

La cooperativa Alice è un'organizzazione non profit e l'ombrello sotto cui operano i suoi 3 brand: Socially Made in Italy, Sartoria San Vittore e Gatti Galeotti.

6. La Tradizione del Made in Italy

Offriamo la nostra competenza nella produzione etica abbinata al know-how e all'affidabilità della tradizione del Made in Italy. Cerchiamo partnership con aziende in cerca di riconoscimento etico e sostenibile per il proprio brand attraverso collaborazioni da implementare su più livelli. Creiamo programmi di training con istituzioni accademiche, finanziarie e governative, e con imprese sostenibili per finalità educative, sviluppo di prodotti, brand recognition e branding strategico. Possiamo aiutare nella creazione e implementazione di standard di produzione e reti consapevoli. Inoltre, Socially Made in Italy© è disponibile per franchising e licenze.



SOSTEGNO, SOCIALE & FATTO

03

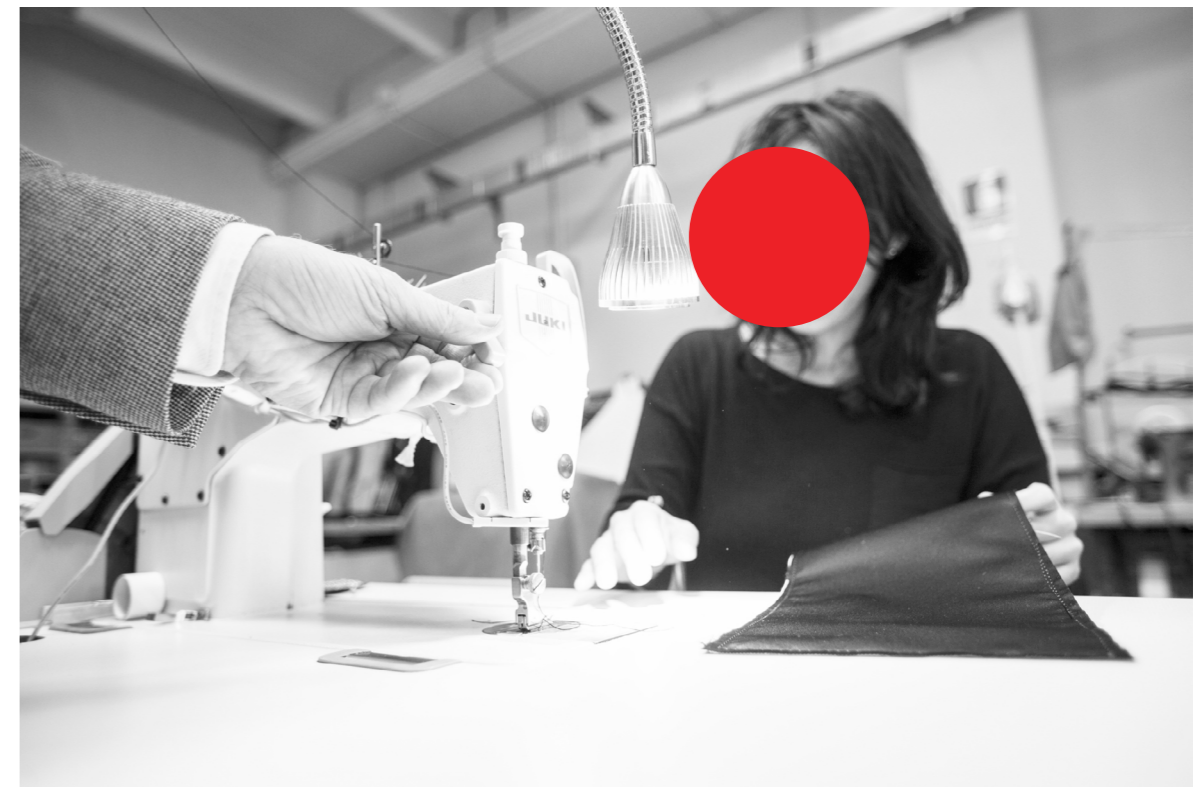
Photography Carmela Iconic Girl by Pileggi Antonio.



La missione di Alice è costruire una società inclusiva, che restituisca centralità alla persona e sostenga lo sviluppo sostenibile attraverso l'artigianalità e pratiche di lavoro etiche.

La vision di Alice vuole dimostrare come restituire la dignità a qualcuno attraverso il lavoro non sia solo un modello di business efficace, ma un investimento sociale utile ed efficace per tutti. Come società spesso ci dimentichiamo che l'abbigliamento e gli accessori che acquistiamo generano un importante impatto globale. Non sono solo oggetti chiusi nei nostri armadi. Sono il risultato diretto di una serie di decisioni prese dai designer, dai produttori e dai consumatori. Ognuno di questi attori ha il potere di influenzare la società in senso positivo.

Affinché il nostro potere d'acquisto abbia un effetto favorevole, però, dobbiamo innanzitutto essere consapevoli delle nostre opzioni e dei modi in cui anche i più piccoli cambiamenti possono impattare la società positivamente sulle questioni etiche e ambientali.



7. Socially Made in Italy

Socially Made in Italy è stato creato da Alice nel 2015 per unire il know-how della tradizione artigianale italiana a pratiche di lavoro etiche. Per rimanere fedele alla definizione stessa del suo nome, Socially Made in Italy, il ramo di consulenza e produzione di Alice, utilizza i manufatti realizzati per comunicare la voglia rinnovata del nostro Paese a tornare ad essere protagonista del settore moda unendo all'amore per il ben fatto la passione per l'equità sociale, le differenze, l'inclusione.

8. Sartoria Sanvittore

E' l'area della cooperativa più orientata all'abbigliamento. Nato nel 2007 fin da subito ha avviato proficue collaborazioni con istituzioni della moda e con designer, ed è fiero di creare oggetti di qualità in Italia. Per meglio mostrare al pubblico l'artigianalità dei prodotti creati nei diversi laboratori, Sartoria San Vittore ha aperto uno spazio di vendita nel 2010. Con la guida creativa di Rosita Onofri, la linea offre due collezioni l'anno. Le collezioni sono pensate per donne che sono a proprio agio nel loro stile personale, che guardano ai trend della moda senza seguirli ciecamente, ma soprattutto per donne che cercano di integrare pezzi di abbigliamento per migliorare e aggiornare il proprio guardaroba senza stravolgerlo con acquisti inutili. Sartoria San Vittore è anche impegnato nella preservazione e custodia delle antiche tecniche della sartoria forense, promuovendo una propria linea di toghe per avvocati e magistrati con cui narrare una nuova retorica del valore del sistema della Giustizia. Si riparte dall'ago in mano alle detenute chiamate a riabilitarsi e si finisce sulle spalle di chi ne garantisce l'effettiva applicazione.

<http://www.sartoriasanvittore.com/>

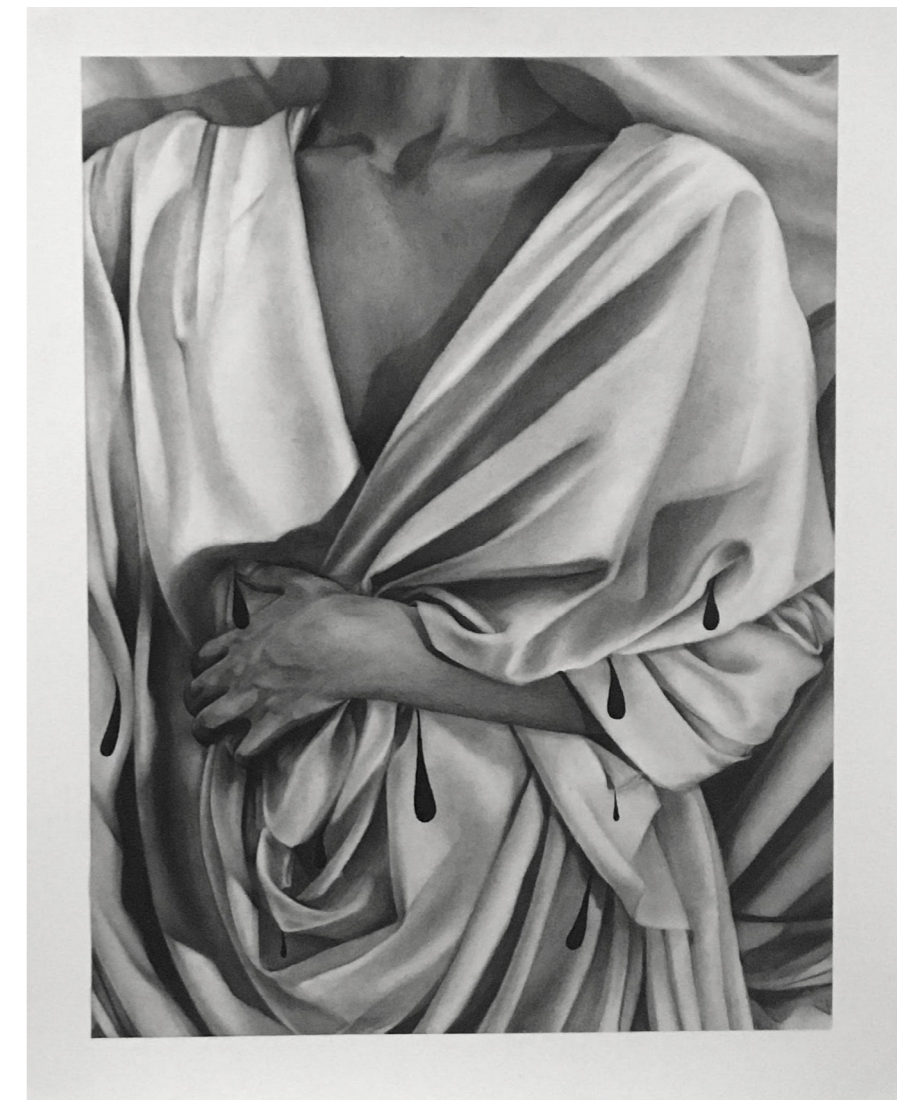
9. Gatti Galeotti

Fondato nel 2003, Gatti Galeotti nasce come tributo ai gatti che vivono nei cortili delle carceri. Il brand

sottolinea l'ossimoro generato in questa strana fetta di quotidianità, quando i detenuti si prendono cura di animali così liberi, impossibili da mettere in gabbia. In catalogo sono offerte borse da donna, zaini, porta computer, cartelle, blocchi per appunti, pochette da bagno, portafogli, cartellette, portachiavi ecc. Tutti i prodotti possono essere personalizzati. La firma stilistica di Alessandro Brevi brilla in tutte le linee proposte. I materiali usati nella produzione rispettano i principi di eco-compatibilità e spaziano dal cotone biologico, a iuta, canapa, pelle rigenerata o pelle colorata con tinta vegetale.

Per ulteriori informazione su Sartoria San vittore e Gatti Galeotti visita il sito:

<http://www.sartoriasanvittore.com/>



Io sono l'Italia. Io sono Alice.

Credo che tutti, uomini e donne, debbano avere pari diritti e pari opportunità di sviluppo e di crescita

Credo che la dimensione locale sia essenziale per la crescita del sistema economico nel lungo periodo.

Credo nell'importanza delle tradizioni.

Credo che l'artigianato sia cultura da difendere e patrimonio da preservare.

Credo nel senso di appartenenza perchè aiuta a definire chi sono.

Credo nella cooperazione e nell'aiuto reciproco, essenziale in ogni modello di sviluppo equo.

Credo nell'importanza di ogni singolo contributo, a partire dal mio, perchè anch'io sono collettività e società.

Credo che ogni mia decisione debba tener conto di

quale impatto ambientale stia generando

Credo nel valore della conoscenza e nell'importanza del tramandarla alle generazioni future

Credo che siano i piccoli cambiamenti a generare i grandi cambiamenti.

Credo in tutto questo perchè credo nella dignità, nella cittadinanza globale, nella consapevolezza, nell'importanza dell'ispirazione, nell'etica, nella sostenibilità, nel ben fatto e nelle tradizioni.

PARTNERS

**SCHMID ITALIA
CANCLINI
BIGI CRAVATTE
PAOLA LENTI
LISA TESSUTI
ALISEA
ITALDENIM
WRAD
FOX LIFE
COOPERATIVA OIKOS VIGEVANO
COOPERATIVA RIO TERÀ DEI PENSIERI
VENEZIA
COOPERATIVA SOCIALE -
QUADRIFOGLIO LUINO (VA)
COOPERATIVA SOCIALE FILODRITTO
CATANIA
ASSOCIAZIONE LA ROTONDA - BARANZATE
(MI)
CARCERE DI SAN VITTORE – MILANO
CARCERE DI BOLLATE – MILANO
CARCERE DI MONZA
CARCERE DI S. MARIA MAGGIORE – VENEZIA
CARCERE DI CATANIA PIAZZA LANZA
MINISTERO DELLA GIUSTIZIA
DIPARTIMENTO
DELL'AMMINISTRAZIONE PENITENZIARIA
FONDAZIONE MONZA E BRIANZA
FONDAZIONE BRACCO
FONDAZIONE CARIPLO
FONDAZIONE PISTOLETTO
ZONTA INTERNATIONAL PARMA
SOROPTIMIST INTERNATIONAL ITALIA
ASSOCIAZIONE NO WALLS MILANO
CASA DELLE DONNE MALTRATTATE, MILANO
ASSOCIAZIONE IL GABBIANO
CASA CHIARAVALLE MILANO
FIORI ALL'OCCHIELLO – ASSOCIAZIONE LA -
ROTONDA, BARANZATE, MILANO
FASHION REVOLUTION
PORRO DESIGN
CAPPELLINI**

**JANNELLI & VOLPI
ALBERTA FLORENCE
MALAGA4**

PARTNER CREATIVI

**ROSITA ONOFRI, DESIGNER
ALESSANDRO BREVI, ARTISTA
ANNA-MARIA ABBRUZZO, DESIGNER
GHISLAINE SAUVÉ-TONG, DESIGNER**

COLLABORATORI

**LAURIE BEDIKIAN, EMBA
MALINA CORPADEAN, PHOTOGRAPHER**

**ORGANIZZAZIONI NON GOVERNATIVE E
SENZA SCOPO DI LUCRO**

**THE CIRCLE ITALIA
SOROPTIMIST INTERNATIONAL D'ITALIA
CASA DELLE DONNE MALTRATTATE**

ISTITUZIONI

**MINISTERO DELLA GIUSTIZIA
FEMCA CISL
CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA**

PREMI E RICONOSCIMENTI

**ADI DESIGN INDEX 2018
INDIGO AWARDS 2020
ARTS X SDGS SELECTION 2020**



DESIGN AND LAYOUT
© Abbruzzo+Associates

ART
© ArtContext' Cultured

COPY
Laurie Bedekian

© Cooperativa Alice 2020



www.cooperativaalice.com

