



si lavora 12 ore al giorno. Ma il ritmo è tutt'altro che frenetico. C'è il tempo per pranzare sotto il glicine, scambiare quattro chiacchiere con il falegname che sta ristrutturando la Cascina gialla (una parte è adibita a *Bed and breakfast*), godersi la lettura in radio di "La luna e i falò" di Cesare Pavese. "I nostri prodotti sono senza tempo: non seguono le mode e hanno un'evoluzione lenta", spiega Michela.

"Abbiamo scelto di avere pochi modelli, si contano sulle dita di una mano. E ogni volta si parte da quelli per le nuove creazioni", aggiunge Lavinia, appoggiando sul tavolo le gonne. "L'idea è la stessa, ma con piccole variazioni: la prima era tagliata dritta, la seconda a ruota, poi a palloncino, lunga e corta, e infine abbiamo sperimentato tessuti diversi, dal tweed alle stampe giapponesi". Senza paura di sbagliare, perché questo è il segreto di Lavgon: "Il piacere che proviamo nel fare un pezzo unico, senza la pretesa della perfezione: più curi le rifiniture, infatti, più i costi aumentano. Ma la nostra moda deve essere accessibile, oltre che indossabile e riproducibile da chi ha voglia di mettersi alla prova davanti a una macchina da cucire". Allora, niente taglie: l'abito a tunica ha una forma standard che si adatta al corpo che lo indossa grazie a una spilla; e prezzi contenuti: il capo più costoso è un cappotto in lana cotta, doppiato con tweed, seta lavorata dalle donne del Laos e cucito a vista in patchwork; un morbido capolavoro da 320 euro.

"Moda critica? Abbiamo iniziato a farla senza neppure saperlo. Non siamo oltranziste". Forse per questo, il marchio Lavgon si riconosce da una spilla. Fatta di scarti, appuntata ovunque, la forma imprecisa. Ma alla Cascina gialla sono abituati alle alchimie, come quando da bambine Lavinia e Carlotta intrecciavano i fili colorati sul telaio della mamma. **T**

» LA BIOCASA SI VENDE QUI | A CURA DI BEST UP | www.bestup.it

arredi critici

GIULIANA ZOPPI E CLARA MANTICA

La distribuzione è componente determinante del ciclo di vita di un prodotto. È infatti presso negozi, show room e grandi magazzini che le imprese produttrici e i consumatori si incontrano ed è qui che si evidenzia il ruolo cruciale del rivenditore nel comunicare le qualità del prodotto. Una regola che vale anche nel caso dei beni e dei servizi ecosostenibili per la casa, prodotti di cui il rivenditore deve saper indicare i vantaggi e fornire informazioni sul loro ciclo di vita: dalle materie prime alla frazionabilità delle componenti, dai sistemi di manutenzione alle modalità di dismissione, riuso e riciclaggio. Tutto con l'obiettivo di diffondere una cultura del benessere fondata sul principio che bene personale e bene comune -sociale e ambientale- sono facce della stessa medaglia.

E il rispetto di criteri di sostenibilità è chiesto anche al "commerciante responsabile": dalla gestione del punto vendita, al suo allestimento, alla verifica della filiera dei fornitori, alla costruzione di una offerta varia e appetibile. Non ultimo, compete agli operatori della distribuzione orientare i produttori affinché le certificazioni conseguite siano valorizzate in maniera adeguata e possano



diventare utili argomentazioni di promozione e vendita. In questa rubrica proveremo a presentarvi alcuni luoghi di vendita che hanno fatto della sostenibilità una marcia in più per il successo della loro attività.

E iniziamo con **Onfuton** (a Milano, in via Crema 14, tel. 02 - 58.321.113) che quest'anno festeggia i suoi 20 anni di impegno nell'ecologia e nell'artigianato di qualità con una serie di nuove proposte di arredo sostenibile: i deliziosi sgabelli-tavolino Zaishu, complementi di eco-design australiani; le morbide linee di tessile ecologico, nate dal riutilizzo degli scarti; la gamma di letti Tiramolla, ecologici e versatili, oltre che poco costosi. Tutti da apprezzare sul sito onfuton.com.

(1ª puntata - segue)

Best Up è un'associazione senza fini di lucro che promuove l'abitare sostenibile tra aziende, designer, scuole e semplici cittadini.