

La produzione tessile tra Firenze e Prato

Identità storiche e territoriali

Eleonora Trivellin Università degli Studi di Ferrara, Dipartimento di Architettura
eleonora.trivellin@unife.it

Sono presentati esempi di progetti tessili molto diversi tra loro ma che esprimono il legame tra progetto, manifattura e identità territoriale.

Sia che il progetto sia focalizzato sull'aspetto formale del prodotto o sulla innovazione e valorizzazione del processo, in tutti i casi presentati la storia e la cultura del territorio hanno un ruolo di primaria importanza.

Dagli esempi più remoti a quelli più recenti possiamo vedere come le modalità di definizione delle superfici siano mutale e come queste mutazioni siano in grado di mettere in evidenza il ruolo sempre più strategico del design.

Textile design, Territorio, Identità, Innovazione

Examples of textile projects that are very different from each other but which express the link between manufacturing project and territorial identity are presented.

Whether the project is focused on the formal aspect of the product or on the innovation and enhancement of the process, in all the cases presented, the history and culture of the territory play a role of primary importance.

From the most remote examples to the most recent ones we can see how the methods of defining surfaces are mutual and how these mutations are able to highlight the simpler and more strategic role of design.

Textile design, Territory, Identity, Innovation

I prodromi

Da un punto di vista giuridico i prodotti italiani nascono con lo Stato Italiano, ma il panorama culturale ed artistico della penisola nella seconda metà dell'Ottocento si presentava con una varietà artistica e culturale disomogenea. Le culture locali, che non erano espresse solo dall'arte popolare, restituivano una frammentazione che, politici e studiosi cercarono di risolvere non sempre con successo. La letteratura, come spesso accade, dimostra una sensibilità maggiore ad affrontare il problema ma anche altre discipline daranno i loro contributi.

In ambito tessile, tra le prime esperienze di rilievo può essere citata quella di Giuseppe Lisio che, nel 1906, fonda a Firenze una manifattura tessile in Oltrarno con telai manuali e apre un negozio in via de' Fossi, dove ancora oggi è possibile vederne l'insegna. La sua passione per questo settore era probabilmente nata quando, molto giovane, era stato alle dipendenze della ditta di sete Luigi Osnago di Milano. L'obiettivo della sua azienda fu, fin da subito, quello di far rinascere la tradizione tessile italiana che in Toscana, prima con Lucca e poi con Firenze e Prato, aveva avuto un primato indiscutibile nel Medioevo e per tutto il Rinascimento e che, dal Settecento, era dominio delle manifatture francesi. La scelta di collocare a Firenze la manifattura è dettata, da un lato dall'essere la città più rappresentativa del Rinascimento e, dall'altro, dal fatto che fosse stata Capitale del Regno conferendole un ruolo di prestigio rispetto alla rappresentatività nazionale.

Le stoffe prodotte erano damaschi operati, broccati, broccatelli, lampassi, velluti operati, derivanti in alcuni casi da tessuti storici (come il broccato *Bisanzio* che nel quaderno delle messe in carta porta il numero 34 e che per questo viene collocato intorno al 1914) [1] oppure, molto frequentemente, dalle rappresentazioni dei pittori rinascimentali: tra i più famosi i broccati Primavera e Mercurio – rielaborati dal dipinto della Primavera di Sandro Botticelli –, il broccato su taffetas a fili tripli chiamato Ghirlandaio – dal nome del pittore che raffigurò Lucrezia Tornabuoni nella Basilica di Santa Maria Novella vestita col tessuto che poi è stato prodotto –, Gros de Tours liseré broccato lanciato e spolinato Veronese, una variante della veste della Giustizia nell'affresco del Palazzo Ducale di Venezia.

La vicenda di Giuseppe Lisio riesce, forse, ad essere compresa in modo più profondo se inserita in quella dimensione di cultura *antiquariale* che si sviluppò, a partire proprio da Firenze, e che possiamo inserire tra l'espressioni dell'eclettismo. Lisio non fu l'unico ad intraprendere questo percorso: ricordiamo la manifattura di maioliche

Cantagalli che realizzò molti dei propri pezzi a partire dall'iconografia rinascimentale.

L'elezione del Rinascimento come periodo italiano per eccellenza appare un passaggio più che comprensibile. Merita, però, un'ipotesi interpretativa la scelta di riprodurre tessuti dipinti prediligendoli molto spesso ai tessuti reali. Botticelli, Ghirlandaio, Veronese non solo rappresentano ma *sono* l'arte italiana e dichiarare di usare tali fonti iconografiche ha fatto crescere l'identità in modo significativo. Non è casuale il fatto che siano state queste le stoffe che hanno "filtrato" le fonti pittoriche a rendere maggiormente nota la produzione della manifattura.

Si ha, quindi, un uso della storia non filologico ma estremamente creativo dove è l'idea del passato, talvolta del tutto mitizzata o, sapientemente trasfigurata, a prevalere sui documenti e testi originali riuscendo, però, a definire un gusto che, partendo dalla frammentazione eclettica, elaborava una proposta di arte nazionale, nella declinazione di arte utile o arte applicata, tra le prime volte [2].

01



01

Primavera, broccato a due trame e quattro spolini per levata, fondo in seta, spolinature in rayon e lama di argento, produzione Arte della Seta Lisio



02

Un protagonista del Made in Italy

Circa quattro decenni più tardi, Firenze è ancora il centro per il rilancio del saper fare italiano in antagonismo con quello francese.

Alla sfilata organizzata da Giovan Battista Giorgini nel 1951 parteciparono per l'alta sartoria Simonetta, Fabiani, Fontana, Schubert, Carosa, Narucelli, Noberasca, Veneziani, Vanna e per la moda boutique Emilio Pucci, Avolio, Bertoli, Tessitrice dell'Isola [3].

Emilio Pucci ha avuto sicuramente un ruolo importante nella sua veste di stilista ma anche di promotore dell'immagine della moda italiana in particolare negli Stati Uniti. Con altre figure è da ritenersi uno dei rappresentanti di spicco della prima vera fase del Made in Italy.

Le sue collezioni sono sempre state caratterizzate da materiali innovativi e colori estremamente identificativi. Il jersey è stato inserito in un gran numero di collezioni come tessuto capace di adattarsi con grande facilità alla diversità dei corpi di chi lo indossa. Accanto a questo, però, l'elemento folklorico che esprimeva la frammentazione del territorio italiano, e che era stato lontano dagli interessi di Lisio, caratterizza molta della produzione del secondo dopoguerra compresa quella del marchese fiorentino. In questo senso la Collezione Siciliana del 1955-56, i capi ispirati al Calcio Storico Fiorentino, ma, soprattutto, la Collezione Palio del 1957, ne sono la dimostrazione.

Quest'ultima, da un punto di vista formale, ha un carattere fortemente geometrico derivante dall'araldica della

02
Sandro Botticelli,
*Allegoria della
Primavera*,
particolare



città toscana che sembra in parte definire le basi ad alcune esperienze successive. Scrive Pucci: «Il simbolo di ogni contrada è un animale, e da questi animali e dal loro ambiente naturale furono derivati i colori delle contrade che, attraverso i secoli, assunsero toni più ricchi e più profondi coll'evolversi del gusto dei senesi sotto l'influenza della pittura e dell'architettura dei loro artisti. Siena il bianco e nero dei marmi della cattedrale, il rosso dei suoi palazzi, ma soprattutto i fantastici costumi delle contrade, ecco quello a cui mi sono ispirato per la mia nuova collezione. Può sembrare strano che io abbia scelto un tema così remoto per il mio lavoro che ho un sapore tanto moderno, ma io, artigiano fiorentino di oggi, mi sento molto vicino agli artigiani del tre e del quattrocento, ed è proprio l'elemento medioevale del Palio con la sua ricchezza di motivi geometrici e di colore che mi ha affascinato.» (Pucci, 1996, p. 103)

Pucci e Lisio, nella prospettiva storica, risultano percorrere metodi tra loro simili ed esprimono un rapporto tra storia e progetto concentrato sulla definizione del prodotto finale.

Le caratteristiche dell'ambiente pratese

Se gli esempi precedenti descrivono la valorizzazione dell'identità territoriale attraverso l'elemento formale, ciò di cui andremo a trattare, e cioè l'esperienza di alcune aziende pratesi, esprime l'elemento identitario attraverso un processo ed un prodotto orientata alla sostenibilità. Prato, è noto, si caratterizza da più di cento anni, per la lavorazione delle fibre rigenerate e su processi di economia circolare *ante litteram*.

Ciò che in questo caso esprime l'elemento identitario è il processo produttivo del semilavorato filato e tessuto.

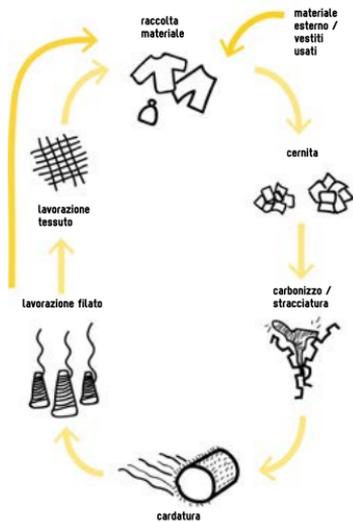
Da un punto di vista storico l'elemento su cui si rintraccia la peculiarità delle imprese pratesi può essere rappresentato dalla scelta, attuata nel secondo dopo guerra, di abbandonare le produzioni standardizzate (plaids, coperte anche per l'esercito) per organizzarsi con maggiore flessibilità riuscendo a produrre numeri industriali conservando, però, in molti casi, una flessibilità artigianale. Emergono in modo compiuto, dalla fine degli Anni Cinquanta, le figure "centrali" e dinamiche di questo sistema: l'impresa terzista orientata alla produzione e l'impresa finale orientata alla progettazione del prodotto, all'organizzazione delle connessioni produttive, alla commercializzazione. Si definisce la figura tipica pratese dell'impannatore, termine che indica il fabbricante di tessuti che non ha macchine proprie, o le ha solo in parte e che affida le singole fasi del lavoro a ditte che lo eseguono per conto terzi.

«A partire dagli anni Sessanta del Novecento» scrive Giam-piero Nigro, con l'evolversi «del ruolo della piccola impresa e dell'impannatore, le caratteristiche di flessibilità si vennero arricchendo di nuovi significati soprattutto in termini di rapidissimo adattamento della produzione alle richieste di prodotti tessili sempre meno standardizzati, più personalizzati e qualitativamente migliori.» (Nigro, 1986, p. 838)

Tenendo come punto fermo il prezzo di mercato competitivo derivante dall'uso di materiale riciclato, venne poi differenziata la produzione grazie proprio alla struttura produttiva. Quindi anche la maglieria, i prodotti pettinati e i tessuti fantasia, destinati alle confezioni per donna, entrarono a far parte dei prodotti pratesi. Di conseguenza si sviluppò un rapporto sempre più stretto con la filiera moda.

Questi fattori hanno permesso lo sviluppo e il consolidamento di una cultura produttiva non solo impostata ma radicata sul recupero.

Alla base del prodotto rigenerato, sono presenti studi e conoscenze sulle proprietà fisico-chimiche dei materiali e di come questi possano essere mescolati durante la lavo-



05

04

razione. La figura che compie le azioni di differenziazione e selezione dei materiali tessili è il cernitore o più genericamente il cenciaino o stracciaio. In tutta Prato oggi se ne contano circa quaranta; persone che hanno una sensibilità visiva e tattile sviluppatissima che permette velocemente di distinguere gli stracci per composizione e colore.

04
Schema del ciclo di lavorazione del cardato

05
Il marchio del Cardato Riciclato pratese

Territori e produzioni in evoluzione

«Le imprese della maglieria e delle confezioni, presenti in varie parti della Toscana, vedono una massiccia concentrazione nel distretto pratese, dove però rappresentano un fenomeno relativamente recente rispetto al tessile e in cui è forte la presenza della comunità cinese, sia nella subfornitura che nella committenza. Soffermandoci su questa realtà specifica, che idealmente sembra completare la filiera dell'abbigliamento (dalla materia prima alla vendita), emerge che le trasformazioni degli ultimi decenni hanno in realtà segmentato ulteriormente le strategie imprenditoriali, che seguono percorsi autonomi e si rivolgono a mercati differenti.» (IRPET, 2019, p. 24)

Ciò che Prato sembra capace di fare, ancora una volta, è quello di re-inventare la propria produzione tradizionale facendo, come dice Aldo Bonomi del «re-made in Italy. Per inaugurare una quarta stagione dopo quella della bottega, del capannone e dei distretti in cui per le filiere produttive si dovrà aprire una stagione in cui il territorio sia fonte di valore nella sua dimensione di bene comune da rigenerare» e se questa fase, seppure avviata non è ancora compiuta è sicuro, invece, che la cultura della fabbrica si è già impollinata «con i saperi scientifici e sociali di cui sono portatori creativi, professionisti, giovani “indigeni

digitali”» (Bonomi 2014, p. 48)

La Toscana ha nel sistema moda una delle sue colonne economiche più significative e nella conformazione fisica del territorio, quella che Becattini chiamava la campagna urbanizzata (Becattini 1975), ha fatto uno dei punti di maggiore forza per quanto riguarda la capacità di adattamento a situazione con mutamenti repentini.

In qualche modo Prato è un esempio emblematico che vede nella sovrapposizione di quello che Nigro chiama la produzione *polverizzata* con il *rarefatto* tessuto misto abitativo e industriale un elemento che ha largamente favorito l'organizzazione orizzontale dell'intero distretto. Sembra importante capire come il comparto moda ha reagito e sta reagendo a questi repentini cambiamenti endogeni ed esogeni che vanno dalla globalizzazione alla crisi del 2008: «L'ascesa delle catene globali del valore ha permesso la diffusione tra le imprese manifatturiere delle economie avanzate di pratiche di delocalizzazione produttiva di tipo verticale e la forte crescita di quei sistemi produttivi capaci di entrare nelle filiere internazionali, specialmente nelle fasi industriali relativamente a monte. La nuova globalizzazione è uno degli shock macroeconomici intervenuti tra la fine degli anni '90 e l'inizio degli anni Duemila, assieme al già citato dispiegamento delle tecnologie ICT e al processo di integrazione europea, culminato con l'adozione dell'euro.» (IRPET 2019)

Da questi momenti critici, che in qualche modo mettevano a confronto un modello locale orizzontale con uno verticale globale, il sistema moda toscano ha reagito pur con ridimensionamenti importanti anche con consolidamenti che sono avvenuti grazie ad investimenti nel settore della ricerca.

Settori come la pelletteria da poco meno di dieci anni hanno visto tornare i grandi brand ad investire sull'area di Santa Croce e Ponte a Egola invertendo il flusso che aveva caratterizzato gli anni precedenti che aveva visto delocalizzare molta della produzione.

Da un punto di vista numerico i dati registrati nel 2017 valutano al 5,2% di PIL su base regionale e 29,5% il peso del sistema moda sull'intero comparto manifatturiero. Mentre sul sistema moda nazionale la Toscana incide per il 22,1% poco sotto la Lombardia che ha un'economia più estesa e complessa. Questo dato è leggibile anche dalla comparazione del numero dei distretti industriali con quelli specializzati nella moda e nel Made in Italy.

È interessante poi registrare come dopo la crisi del 2007-2008 le aziende del comparto moda hanno registrato un incremento sulle esportazioni di grande significato sia a livello regionale che nazionali (IRPET 2019, p. 9).

In questa direzione l'iniziativa di istituire i marchi Cardato e il marchio Cardato Riciclato sta portando benefici per il riconoscimento della produzione del territorio [4].

Riciclare nel presente

In questo quadro, possiamo validare molte degli elementi illustrati precedentemente, attraverso tre esperienze che, nella loro eterogeneità restituiscono la vivacità dell'ambiente produttivo e validano la tesi dell'impollinazione descritta da Bonomi.

Tra queste citiamo per prima Lottozero che ha nella valorizzazione della cultura e dei materiali locali e nel proporre un design di prodotti in opposizione al fast fashion, le sue missioni più caratteristiche.

Lottozero è un centro di ricerca e networking internazionale per l'arte, il design e la cultura tessile. All'interno di uno spazio di 400 mq è organizzato un coworking, uno spazio espositivo, residenze per artisti e studio di consulenza.

Tra i progetti conclusi di recente è da citare Circular wool, che partendo dalla lavorazione del cardato rigenerato pratese trasferisce tali competenze al settore delle lane rustiche per la loro lavorazione su scala semi-industriale. Circular wool, inserito all'interno del progetto Open Maker, è la risposta ad una call europea [5]. La lana ricavata da pecore da carne o da latte è in genere troppo grossolana ed al momento non è considerato di interes-

06
Un cernitore



06



07

se per l'industria tessile; la fibra tessile proveniente dalle due tosature annuali, secondo le vigenti leggi, deve essere trattata come rifiuto speciale. I pastori che non la portano in discarica, al fine di evitare i relativi costi, la disperdono nel terreno con il letame o, più frequentemente, viene bruciata. Gli obiettivi dichiarati dal progetto erano tre: trovare uno sbocco commerciale per l'uso delle lane rustiche in particolare di provenienza toscana; consentire agli agricoltori e agli allevatori un rendimento economico dalla vendita della stessa lana; evitare l'inquinamento da metodi di smaltimento illegali.

La scrivente, che ha avuto il ruolo di revisore del progetto, ha trovato di particolare interesse quello che può essere definito come un vero e proprio brand material dove la lana rustica restituisce il valore del territorio di provenienza sia ambientale che culturale.

Nell'ultima di validazione del progetto il materiale è stato fatto usare all'interno del laboratorio Lottozero ad alcuni stilisti internazionali che hanno messo in evidenza le qualità talvolta non convenzionali del prodotto. La capacità imprenditoriale del laboratorio mette insieme una cultura dinamica fortemente integrata con le realtà, soprattutto del Nord Europa, con la sapienza consolidata di un territorio che in più di un'occasione, ha dimostrato un'alta capacità di innovare.

Il secondo esempi, Rifò, è un'azienda di piccole dimensioni di abbigliamento e di accessori in maglia.

07
 Cartella colori
 del tessuto *Bi Bye*
 di Manteco, 62%
 lana rigenerata
 38% poliammide.
 I colori della
 cartella di
 questo articolo
 sono ottenuti
 unicamente
 attraverso la
 cernita della lana
 da rigenerare
 riducendo quindi
 l'impatto dei
 processi tintori



08

Le fibre che caratterizzano la produzione sono il cashmere, la lana e il jeans riciclato. L'attenzione alla sostenibilità e più in particolare alla moda sostenibile, è uno dei punti di forza del marchio.

Nata nel novembre 2017 l'azienda produce capi di abbigliamento esclusivamente con fibre riciclate. Agendo secondo la tradizione della filiera pratese le fibre vengono selezionate per colore senza che sia necessaria un'ulteriore tintura prima di lavorarle. I colori delle collezioni sono indirizzati dalle nuance più frequenti piuttosto che dalle tendenze colore.

Anche in questo modo Rifò elabora la sua risposta al sovraconsumo e alla sovrapproduzione proponendo una filiera di vendita che riduca l'inventario e le scorte di magazzino. L'ambizione, organicamente a ciò che sta succedendo anche all'interno dei grandi marchi, è quello di fare convivere i principi della sostenibilità con la filiera moda abbigliamento per ridurre il grande impatto che questa ha sull'ambiente.

Ad una scala assai più ampia, alcuni dei principi descritti precedentemente sono attuati dal marchio Manteco, nato nel 1943 come manifattura di produzione di tessuti per capispalla e che oggi è alla terza generazione. Nell'archivio aziendale si contano più di 40.000 pezzi per una produzione annuale di 7.000.000 metri.

I temi che oggi appaiono più interessanti riguardano soprattutto la valorizzazione del patrimonio storico del territorio e dell'azienda in ambito di riciclo delle materie

08
L'archivio
aziendale Manteco

prime seconde e, in particolare dei peli animali, le nuove strategie di sviluppo sia per quanto riguarda i prodotti attraverso la registrazione di marchi e brevetti e di organizzazione e controllo della filiera e la lavorazione del patrimonio aziendale e territoriale.

A testimoniare l'indirizzo intrapreso Manteco è stata tra le cinque aziende italiane a ricevere il premio Radicalgreen nel 2018, all'interno della terza edizione del Festival della Green Economy; ha esposto le proprie proposte a Premier Vision a settembre 2019 all'interno della sezione/piattaforma dedicata alle realtà che operano a favore dell'innovazione responsabile ed è stata inserita tra le 1000 aziende che ispirano l'Europa. Hanno poi ottenuto la certificazione Cribis Prime Company [6].

Il ruolo dell'azienda è quello di progettazione, controllo e vendita dei tessuti affidando la produzione alle diverse aziende del distretto come da tradizione delle aziende di impannaggio. Il massimo impegno è quello che esprime nella Ricerca e Sviluppo e nel marketing.

Manteco è caratterizzata da tre filoni produttivi: la lana rigenerata, che rappresenta il 40% delle vendite, per il quale l'azienda acquista la "lana meccanica" filata nei vari titoli per poi essere tessuti e rifiniti secondo le qualità previste; la seconda linea è costituita da tessuti prodotti con fibre di lana vergini cardate e pettinate; la terza raggruppa tessuti di composizione variabile ottenuti attraverso l'uso di filati di lana pettinata, di cotone, lino e loro mischie.

In questo contesto il maggiore interesse è rappresentato proprio dalle lane cardate, cioè lane a fibra corta che sono passate da essere un prodotto di basso costo e bassa qualità ad un prodotto di alta gamma. All'interno di questo complesso sistema, sono coinvolte circa 230 aziende nel raggio di 10 miglia impiegando quotidianamente circa 2.500 persone.

Tra le azioni che riguardano la produzione e che appaiono più interessanti citiamo il Progetto 43 che prevede la raccolta di tutti gli sfridi di produzione del tessuto che avvengono durante le operazioni di confezione. Gli sfridi di tessuto vengono successivamente selezionati per colore e composizione e introdotti di nuovo nella filiera tessile realizzando una circolarità non solo economica ma anche produttiva. Accanto al recupero dalle aziende compratrici sono riciclati anche tutti gli scarti di produzione delle filature e delle tessiture della rete (false cimose, campioni per test, testate delle pezze, scarti filatura e ritorcitura, ecc.) anche queste sono raggruppati ed inseriti nuovamente nel ciclo produttivo. Viene così attuata una politica di Zero Waste per quanto riguarda i materiali dell'azienda.

Conclusioni

Pur con le loro diversità di scala e di contesto, gli esempi trattati mettono in evidenza come la rielaborazione della cultura storica acquisti senso compiuto quando è in relazione ad un territorio di elezione.

Questi progetti sono riusciti e riescono a rispondere alle desiderata del momento nel quale sono contestualizzati e a far crescere la reputazione del prodotto nazionale.

Lisio ha affermato un prodotto di lusso facendo leva sul periodo storico e sulla forma d'arte più nota fuori dai nostri confini: la pittura rinascimentale italiana.

Pucci ha usato il folklore, anche con ironia, per proporre un'italianità che gli stranieri cercavano ed erano in grado di comprendere.

Le aziende pratesi, dopo anni nei quali il proprio prodotto era apprezzato ma non considerato così nobile da poter essere raccontato, trova oggi nella nuova dimensione dell'economia circolare, il pieno riconoscimento di una produzione fondata su principi tradizionali.

NOTE

[1] In questo caso il modello è uno sciamito del VII secolo rappresentante il gallo nimbato. Alla data della produzione era già stato pubblicato. La manifattura, tuttavia lo realizza attraverso la tecnica del broccato in modo da potere inserire più colori e renderlo più adatto al gusto dell'epoca.

[2] Se consideriamo queste esperienze assieme al fatto che la prima esposizione Nazionale del 1861, su modello delle esposizioni Universali e l'esposizione Nazionale dei lavori femminili di un decennio più tardi, segnano Firenze come luogo come in incubatore di idee e di iniziative.

Giuseppe Lisio che nel 1924 sposta la propria sede da Firenze a Milano dove, in via Vigentina collocò la scuola-laboratorio.

[3] Le divisione tra i due gruppi di aziende fa riferimento alla biografia di Emilio Pucci (Mannucci, 1998, p. 221).

[4] L'iniziativa è promossa dalla Camera di Commercio di Prato, in collaborazione con Consorzio per la Valorizzazione dei prodotti tessili cardati, Unione Industriale Pratese, Cna e Confartigianato. A garantire la certificazione è SGS, l'ente di certificazione internazionale, che assicura un collegamento anche con i marchi della moda (<http://www.cardato.it/it/cardato/il-progetto/>).

[5] Il progetto è stato costruito dall'agenzia LAMA di Firenze su un bando Orizon 2020 (<https://openmaker.eu/>).

[6] Riconoscimento rilasciato alle società che hanno contestualmente il Tating 1 (livello massimo di affidabilità) e Paydex® > 70.

REFERENCES

- Glazier Richard, *Historic Textile Fabrics*, London, The Library Press Limited, **1923**, pp. 120.
- Lorenzato Mario, *Manuale merceologico dei tessuti*, Bergamo, Editrice S. Marco, **1980**, pp. 144 .
- Mannucci Umberto, *L'industria tessile pratese del cardato*, Prato, Edizioni del palazzo, **1982**, pp. 156.
- Nigro Gianfranco, "Il 'caso' Prato", pp. 823-868, in *Storia d'Italia. Le regioni dall'Unità ad oggi. La Toscana*, Torino, Einaudi, **1986**, pp. 1050.
- Orsi Landini Roberta, "I tessuti Lisio", *Jaquard* n. 1, **1989**, p. 2.
- Mannucci Umberto, *Parole in Fabbrica – Vocaboli ed espressioni dell'industria tessile pratese (1940-90)*, Prato, Edizioni del Palazzo, **1993**, pp.164.
- Biennale di Firenze. Il tempo e la moda. Emilio Pucci*, Milano, Skira, **1996**, pp. 200.
- Mannucci Enrico, *Il marchese rampante*, Milano, Baldini e Castoldi, **1998**, pp. 376.
- Bonomi Aldo, Masiero Roberto, *Dalla smart city alla smart land*, Venezia, Marsilio, **2014**, pp. 144.
- Dal Falco Federica, "Materiali e tipi autarchici. La cultura del prodotto tra industria e artigianato nell'Italia dei primi anni quaranta", *AIS design* n. 4, **2014**, <http://www.aisdesign.org/aisd/tag/autarchia> [15 gennaio 2020]
- <https://journals.openedition.org/qds/379> [30 gennaio 2020]
- Finesi Giuseppe, *Il design italiano oltre la crisi, autarchia, austerità, autoproduzione*, Mantova, Corraini, **2015**, pp. 400.
- Ricchetti Marco (a cura di), *Neomateriali nell'economia circolare. Moda*, Milano, Edizioni ambiente, **2017**, pp. 240.
- AA.VV., *Sustainable thinking*, catalogo della mostra, Milano, Electa, **2019**, pp. 360.
- Lotti Giuseppe, Giorgi Debora, Marseglia Marco, Trivellin Eleonora (a cura di), *Circular Craft. New perspectives of making*, Firenze, Dida Press, **2020**, pp. 220.
- <http://www.cardato.it/it/cardato/il-progetto/> [30 gennaio 2020]
- <https://www.greenweekfestival.it/premier-gentiloni-premio-radical-green-aprono-la-green-week/> [30 gennaio 2020]
- <http://www.irpet.it/wp-content/uploads/2019/02/il-sistema-moda-toscano-irpet-02-2019-1.pdf> [30 gennaio 2020]
- <https://www.manteco.com/prodotti-eco-friendly/> [30 gennaio 2020]
- <http://www2.po-net.prato.it/artestoria/storia/memorie-tessile/dizionario/pagina448.html> [30 gennaio 2020]