

18/06/10	www.enquire.it	
N°	Diffusione: web	
Pag.	<i>It's time to... Cangiari</i>	

enquire
we are born to be curious.

IT'S TIME TO... CANGIARI!

Non c'è niente di più costante del cambiamento, diceva Confucio.

Questa massima spesso sembra non valere per l'Italia, paese tradizionalista e nostalgico, e per molte delle sue realtà, come la Calabria. Eppure la regione che da sempre è stata fucina di talenti intellettuali e creativi (da Telesio a Versace), di recente si è messa in moto di nuovo, dando vita ad un progetto che pone le sue basi- ed il suo nome- proprio sull'idea di cambiamento.



Cangiari (cambiare appunto in dialetto calabrese e siciliano) è il brand nato dalla mission di responsabilità sociale del Consorzio Sociale Goel, che attraverso le sue collezioni vuole lanciare un messaggio che parla di diritti umani, equità, partecipazione, bene comune, legalità, ecologia e non violenza. Temi cari sia all'imprenditore Santo Versace, calabrese anche lui, che alla Camera Nazionale della Moda e al Comune di Milano, che da subito hanno patrocinato questa coraggiosa avventura.

Partendo da una filiera produttiva composta da cooperative che "abitano il territorio" e si battono contro le mafie operando per la liberazione e il riscatto delle comunità locali, Cangiari si propone di unire stile e sostenibilità, nel rispetto pieno e assoluto del "made in Italy", anzi, più esattamente del "made in Calabria".

Così, in linea con una sempre più viva coscienza ecologica che coinvolge le grandi aziende del tessile e dell'abbigliamento (da Marithè+Francois Girbaud a Replay), i tessuti utilizzati nelle collezioni Cangiari sono biologici e naturali, così come i filati dei ricami, a mano, e quelli impiegati nella tessitura al telaio, antichissima tradizione calabrese che torna protagonista, in ogni capo, attraverso inserti rivisitati e attualizzati.

Vento di cambiamento dunque, in senso transitivo (il mondo) e riflessivo (se stessi), in una regione dove la presa di coscienza è ciò che sta alla base e che muove la voglia e l'impegno di innovare e differenziarsi, come indica il simbolo matematico scelto come logo del brand: dissimile. E il claim Beauty is different diventa vessillo e provocazione nei confronti di un sistema moda sempre troppo standardizzato. IT'S TIME FOR...CANGIARI!

Maggiori informazioni al sito www.cangiari.it

Questo articolo è stato scritto il 18 giugno 2010 da Lucilla Spagnuolo