



“AMO IL LINO” 2021

Anche quest’anno torna la campagna di promozione del lino europeo per il grande pubblico a cura della CELC - Confederazione Europea del Lino e della Canapa, che in Italia, Francia e Regno Unito dal 1 maggio al 15 giugno 2021 coinvolge brand e catene partner per diffondere una nuova cultura di questa nobile fibra.



Il Lino - La fioritura

Il lino questo conosciuto. Perché è la fibra vegetale nota sin dall’antichità. Eppure, spesso accade che le cose più note diventino un po’ scontate, si stemperi il senso del loro valore, e non se ne apprezzi la capacità di evolversi nel tempo per incontrare nuovi stili ed esigenze della società.

Per questo la CELC - Confederazione Europea del Lino e della Canapa ha lanciato nel 2016 la campagna “AMO IL LINO”, che quest’anno ritorna dal 1 maggio al 15 giugno 2021 per promuovere il lino europeo in Italia, Francia e Gran Bretagna.

La campagna si svolgerà inizialmente online e sugli e-shop dei marchi partner, e successivamente proseguirà nelle boutique, nei grandi magazzini e nei concept store.

Compito di CELC è offrire ai partner selezionati nuovi strumenti per rinnovare la cultura del lino con una comunicazione coinvolgente, fatta anche di esperienze immersive.

Un consistente supporto, che va da approfonditi contenuti digitali, al merchandising con “messa in scena” della fibra, con logo e installazioni nelle vetrine, all’animazione nel punto di vendita ad esempio con distribuzione di sacchetti di semi di lino da piantare e incontri con professionisti della filiera, fino alla specifica formazione degli addetti alle vendite.

L’obiettivo di “AMO IL LINO”, infatti, è far ri-scoprire al consumatore finale le numerose qualità di questo materiale naturale vegetale dal profilo ecologico virtuoso, e le molteplici possibilità di scelta per l’abbigliamento e l’arredamento.

È vero che sono stati ritrovati manufatti in lino databili già a 36.000 anni fa, e che via via nel tempo il lino è sempre stato protagonista, al punto da influenzare persino le lingue: dal latino *linum* derivano *linea*, *lignaggio* e *longilineo*, e poi *lenzuolo* e *lingerie*.

Ma è altrettanto vero che non tutti conoscono i più recenti, affascinanti sviluppi della storia del lino e del suo impiego.

Prima di tutto è una fibra responsabile: si coltiva senza irrigazione (99,9 % dato CELC), senza scarti né OGM, e con pochissimi fertilizzanti. E' adatta a tutte le stagioni, per un comfort ottimale.

Ma sono soprattutto le sue caratteristiche intrinseche di resistenza e durevolezza, la possibilità di essere più consistente o più fluido, più setoso o più rustico, a stimolare la creatività di tessitori, tintori e designer per trovare sempre nuove vie di impiego della fibra, anche grazie alle innovazioni tecnologiche. Come la maglia di lino ingualcibile sviluppata dai maglifici portoghesi, italiani e francesi, o le lenzuola in lino lavato che eliminano la stiratura.

La sua leggerezza e traspirabilità, e la capacità di assorbire e trasferire l'umidità fanno del lino un tessuto adatto anche all'athleisure, al comfortwear per polo e felpe, e persino agli articoli per la pratica attiva dello sport e per uso sanitario.

"Naturalità, tracciabilità, risorsa locale... sono parole che abbiamo sempre più in mente e che ci invitano a rivedere il nostro modo di consumare", sottolinea Marie-Emmanuelle Belzung, Delegata generale della CELC. "Il lino è un alleato per la moda con risposte chiare: sano e termoregolatore, è più che mai di attualità; e la CELC è lieta di sostenere nuovamente, come ogni anno, numerosi marchi partner nella vendita di prodotti in lino".

Per questo CELC ha selezionato come partner in Italia, Francia e Gran Bretagna brand che si distinguono per qualità e rispetto per l'ambiente, al tempo stesso ambasciatori e operatori ideali per questa importante campagna.

In Italia AMO IL LINO coinvolge: i tessuti per l'arredamento e il lifestyle di **C&C MILANO Showroom** e di **TELERIE SPADARI**, la **Galleria Paola Colombari** con l'opera "FIBRA research", i brand **120% LINO**, **FREITAG** per i jeans in lino e canapa, **SCAGLIONE** specialista della maglia, le camicie su misura di **CAMICERIA CLERICI** e molti altri, dal mese di maggio 2021 i loro punti vendita si animeranno con un focus speciale sul lino, a cominciare dalle vetrine.

Nel Regno Unito I LOVE LINEN contempla brand del calibro di **THREE GRACES LONDON** e **ASCENO** accanto a **BRORA** e **PEOPLE TREE** per il prêt-à-porter, e **MAKER & SON** per gli splendidi divani.

In Francia, **J'AIME LE LIN** sviluppa una partnership particolare con **UNIQLO**: a Parigi con un'installazione-evento sul lino nel flagship store del quartiere del Marais e nel negozio Paris Opéra; a Lione con un'installazione con balle di lino per l'apertura del negozio **UNIQLO** del quartiere Part Dieu.

Anche altri negozi **UNIQLO** in Europa, nei Paesi Bassi, in Svezia, Italia o Inghilterra, saranno ornati dai colori della fibra per il lancio di nuove collezioni in lino.

AMO IL LINO, fibra verde del futuro.



La Macerazione



La Stigliatura

Confederazione Europea del Lino e della Canapa (CELC)

È l'unica organizzazione europea agroindustriale che riunisce e consolida tutti gli stadi della produzione e trasformazione del lino & della canapa. Fondata nel 1951, la CELC è l'interlocutore privilegiato di 10.000 aziende situate in 14 paesi dell'U.E., esperte della fibra dalla pianta fino al prodotto finito.

www.europeanflax.com

Per informazioni:

www.sololino.it - Facebook WeAreLinen - Instagram @wearelinen - Pinterest wearelinen

Ufficio Stampa AMO IL LINO: Paola Bosetti_ BosettiStudio - T. +39 335 6180702

Email: pb@bosettistudio.com

Partner strategico in Italia di CELC: Ornella Bignami_Elementi Moda SRL - T. +39 02 55181645

el.moda@elementimoda.it