



Textile waste

L'azienda

Toma Italian Brands Group è una realtà pugliese specializzata da più di trent'anni nella progettazione, produzione e distribuzione di abbigliamento menswear Made in Italy su un mercato internazionale con i brand di proprietà Havana&Co., Angelo Toma Cerimonia ed Ungaro Paris, di cui è licenziatario.

Il gruppo vanta una storia manifatturiera che affonda le radici nel distretto produttivo della Valle D'Itria e che è giunta ormai alla quarta generazione.

Alla tradizione ed alla valorizzazione dei suoi processi e delle sue maestranze, Toma Italian Brands Group ha avviato con dinamismo un processo di sempre maggiore attenzione ai valori dell'innovazione e della sostenibilità, integrati perfettamente nella strategia aziendale.

Ciò ha portato alla nascita di **HavanaECO**, un brand consapevole, genderless, artigiano e Made in Puglia. I pezzi della collezione sono il risultato di una ricerca attenta di tessuti innovativi derivanti da scarti di altre industrie; processi di tintura naturali e di riscoperta delle antiche pratiche artigiane secondo un'ottica slow fashion e perseguendo l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale.

La challenge

Lo **spreco** nel settore del **tessile** è un problema ambientale in rapida crescita: ogni anno vengono prodotti oltre 92 milioni di tonnellate di rifiuti tessili a livello globale. Il fast fashion, la sovrapproduzione e le limitate opzioni di riciclo contribuiscono in modo significativo al problema. Per affrontare questa sfida, è necessario un ripensamento radicale del modello produttivo e un'evoluzione verso l'economia circolare.

In particolare, la challenge vuole spingere i partecipanti ad affrontare la complessità del ciclo di produzione di un capo di abbigliamento. Durante la fase del taglio dei modelli, infatti, vengono prodotti sfridi di tessuto come scarto della produzione: in più, le fasi logistiche della produzione possono comportare diverse criticità in termini di tessuti deadstock che per vari motivi non possono essere impiegati nella produzione.

La sfida lanciata dall'azienda è quella di ragionare su una possibile modalità per **reimpiegare gli scarti della produzione** in altri processi produttivi (anche in altre industrie, collegandosi al concetto di simbiosi industriale), con l'obiettivo di creare valore partendo dagli scarti in un'ottica di economia circolare.