

<p>Título de la buena práctica:</p> <p>DUEDILATTE (https://antonellabellina.wixsite.com/duedilatte/il-tessuto-di-latte)</p>	<p>Contacto:</p> <p>Nombre: Antonella Bellina – Fundadora y directora artística</p> <p>E-mail: info@duedilatte.it</p>
<p>Temática:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Buena práctica - General</p> <p><input type="checkbox"/> Buena práctica – Recogida</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Buena práctica- Valorización</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Buena práctica - Venta</p> <p><input type="checkbox"/> Buena práctica – Sensibilización</p>	
<p>Contexto de implementación (territorio, punto de partida...)</p> <p>La primera vez que apareció la fibra de leche fue en los años 30, en Italia, gracias al descubrimiento del ingeniero Antonio Ferreti. Procede de la caseína, una proteína de la leche. El hilo resultante se llamaba Lanital and reemplazo parcialmente a la lana en la producción de prendas, a causa del exceso de producción de leche en Italia en aquella época. En los años 60 las fibras sintéticas derivadas del petróleo causaron la desaparición del Lanital. Pero, hoy en día, el emergente sentido de la sostenibilidad, innovación, creación y los problemas que causan el vertido de algunos residuos de producción, nos lleva a plantear alternativas como DueDiLatte, que gracias a técnicas de bioingeniería innovadoras, produce fibra a partir de los excedentes de leche y cosmética industrial.</p>	
<p>Práctica, método de intervención y objetivos de la propuesta</p> <p>DueDiLatte una empresa emergente de Pisa (fundada en 2013) que diseña camisetas a partir de la caseína. El excedente de leche se convierte en una tela suave e hidratante, proporcionando bienestar protección a la piel, incluso la más delicada. La tela DueDiLatte no huele como la leche, sino que tiene un perfume agradable, ya que está libre de tratamientos químicos o lejías y porque nutre la piel.</p> <p>El punto de partida son los centros de recogida de desechos de producción donde van a parar los excedentes de comida. Después se extraerá la caseína de la leche que pasará de ser un alimento a ser un fibra textil, gracias a las técnicas de bioingeniería y a un proceso de reciclaje ecológico y protector con el medio ambiente, lo que produce un nivel muy bajo de componentes químicos y garantiza un ahorro de agua considerable (menos de dos litros de agua para fabricar un kilo de fibra de leche). Este proceso implica un cambio en la forma de las moléculas de la caseína: inicialmente son como bolitas de arándanos que después se disgregan y se alinean. En este punto se procede a su secado y se convierten en polvo y este pasará al molinillo de agua, lo que genera unas pequeñas burbujas similares al azúcar en polvo. Después se procede al hilado a máquina, para obtener la tela que ha pasado el proceso de purga, se le hace un lavado sin detergentes y finalmente se obtiene su apariencia clásica: color blanco como la leche, ligera y muy suave. La personalización de la tela se lleva a cabo usando pigmentos naturales y temperaturas apropiadas de secado</p>	

Cada fase del proceso se confía a los mejores trabajadores y almacenes de embalaje de Toscana. Todo debe ser seguido al detalle, ya que se debe dejar la caseína viva y activa, para darle las propiedades hidratantes para la piel y el poder termorregulador.

Desde la creación del primer ovillo de fibra de leche hasta hoy, se ha producido un largo proceso de experimentación del producto in situ, pero en 2018 el objetivo será consolidar la red de ventas, empezando por Milán, y después la apertura de una tienda virtual.

Resultados (impacto en el público, el territorio...)

- **Protección del medio ambiente** gracias al uso de productos que estaban destinados al desecho: excedente de leche (caseína)
- El proceso de extracción de la fibra es menos contaminante: no existen agentes químicos ni residuos de producción.
- Sensibilización sobre la **sostenibilidad, la innovación y la creatividad.**
- Los aminoácidos de la leche que permanece dentro de la fibra, cuidando la piel, nutriéndola e hidratándola

Público objetivo:

- Público en general, pero especialmente **recién nacidos y niños.**

Perspectivas de uso y difusión:

- Transferir la experiencia a otros países Europeos.