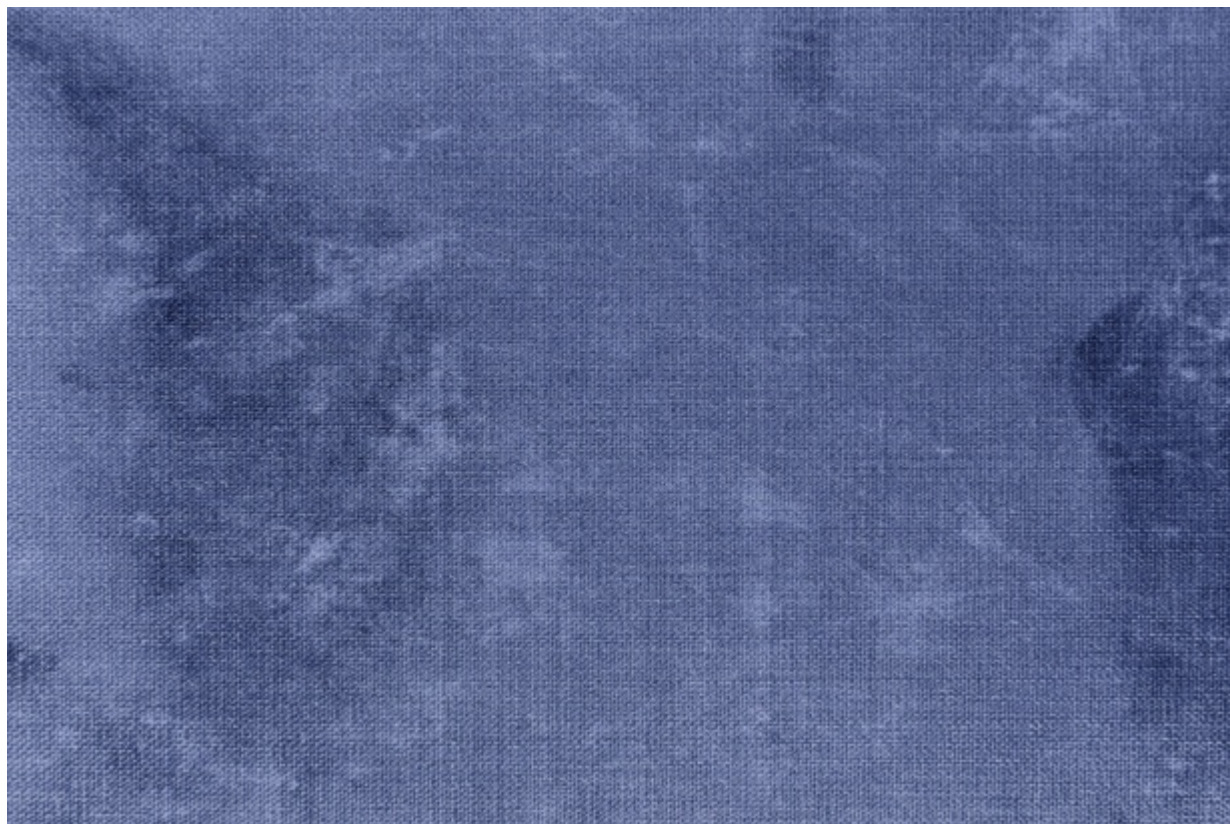


Lino

scritto da Giorgio Nebbia | 1 Dicembre 2002



Nella scheda “canapa” di questa rubrica (*altronevecento* n. 6) si è parlato della resurrezione della canapa come impresa agricola, industriale e come fibra tessile. Se l’interesse per la canapa sta aumentando, uguale destino potrebbe essere riservato al lino che, a rigore, non è mai “morto”, ma ha conosciuto alterne condizioni di salute merceologica. Utili informazioni sul lino si possono trovare in vari libri: una dozzina di anni fa il Centro Tutela Lino curò la pubblicazione di un bel volume di Giovanna Bergamaschi intitolato: “Fior di Lino”, ricco di illustrazioni; più recentemente la soc. Giovanni Bozzetto, Via Provinciale 12, 24040 Filago (Bergamo) ha pubblicato (si può ottenere gratuitamente) un volume intitolato “Il lino”, molto documentato (un altro volume della stessa serie tratta “La canapa”).

Il lino è una fibra che si ricava dal fusto del *Linum usitatissimum*, una pianta appartenente alla famiglia delle linacee; il suo stelo raggiunge un’altezza di circa un metro e

termina con un fiore, a vita breve, molto bello, di colore fra blu e rosa, il "fior di lino". Dai semi di lino si ricava per estrazione un olio che trova impiego nella preparazione delle vernici.

Al momento del raccolto la pianta matura viene sradicata e lo stelo viene sottoposto ad un'operazione detta "macerazione" durante la quale, per via microbiologica, vengono decomposte le sostanze incrostanti e "cementanti" che tengono insieme i fasci di fibre. La macerazione può avvenire a terra, nel quale caso gli steli sono esposti alla rugiada, alle piogge, al vento oppure può avvenire per immersione in acqua corrente, come si praticava nel Belgio, o in acqua stagnante, in maceri simili a quelli usati per la canapa.

Dopo la macerazione i fasci di fibre vengono staccati meccanicamente dalla parte legnosa per passaggio attraverso cilindri dentati; in genere da 1.000 kg di lino macerato si ottengono circa 150 kg di fibre lunghe, circa 40 kg di "stoppe" costituite da fibre corte, e circa 110 kg di semi di lino. Le fibre vengono poi filate, tessute, eventualmente colorate e si trasformano in tessuti anche molto pregiati.

Dell'uso e del commercio del lino esistono notizie antichissime: era certamente usato in Egitto e nel Medio Oriente: di lino erano i sudari usati per avvolgere i cadaveri. Anche la "sindone", qualunque ne sia la storia, è di lino. Il lino era coltivato e la fibra prodotta in Spagna e nella Gallia in epoca romana, e da questi paesi il lino è migrato nell'Europa settentrionale, intorno al VII secolo, e poi in Italia, specialmente nella Valle Padana.

La storia merceologica recente del lino è molto interessante. Agli inizi del Novecento la produzione mondiale di fibre era di circa 600.000 t/anno, per il 90 % concentrata in Russia. Dopo la Rivoluzione sovietica il governo ebbe cura di incoraggiare e organizzare la produzione e l'esportazione di lino; la produzione dell'URSS risalì così a circa 400.000

t/anno, in gran parte esportata. Altri importanti paesi produttori ed esportatori di lino erano la Francia, i Paesi Bassi e il Belgio. Fra l'inizio del secolo e la II guerra mondiale l'Italia produceva circa 2-3 mila t/anno di lino. L'avvento delle fibre sintetiche contribuì al graduale declino dell'importanza del lino: nel 2000 la produzione mondiale di fibre di lino è tornata intorno a 600 mila t/anno (ma nel corso del secolo la popolazione mondiale è aumentata di cinque volte !); il principale produttore è ora la Cina, seguita da Francia, Russia, Bielorussia, Regno unito, Paesi Bassi.

Nel 2000 l'Italia ha importato poco più di 5.000 t di filati di lino e esportato poco meno di 5.000 t di tessuti di lino. L'industria italiana e mondiale del lino continua a sentire una situazione di crisi ed è un peccato perché il lino, per le sue proprietà (i tessuti di lino, per esempio, sono freschi e gradevoli al tatto), meriterebbe migliore fortuna, proprio in un momento in cui si sente il bisogno di rilanciare l'agricoltura e le fibre "naturali" potrebbero trovare una migliore accoglienza da parte di quei consumatori che, almeno a parole, dichiarano tanto amore per la natura, i suoi prodotti e l'ecologia.