

La "Campaña por la lana" fomenta su uso y su rentabilidad para el sector ovino



Noticias

El primer productor y exportador mundial de lanas finas es Australia con un 25%, seguida de China.

Es una iniciativa internacional presidida por el príncipe de Gales y su objetivos es fomentar el uso de la lana frente a los productos sintéticos, lo que repercutiría también en la rentabilidad del sector ovino y el desarrollo de los territorios rurales.

Según ha explicado la directora de la campaña, Ascen Bustamante, el proyecto "nace ante la necesidad de impulsar el uso de la lana frente al auge de las fibras sintéticas, que tiene un impacto directo en la caída de la producción mundial de la lana y de toda la industria tradicional y rural".

En Madrid se ha desarrollado esta iniciativa que se realizó por primera vez en 2010 en Londres y que ahora también se desarrolla en Francia, Alemania, Holanda, Japón, Australia, Sudáfrica, Corea, Nueva Zelanda, Noruega, China y Estados Unidos.

En Madrid, además de la colaboración de las tiendas -con incluso escaparates alusivos a la campaña, se ha instalado un "Wool Park", con el que los pastores traerán sus ovejas merinas a la calle de Serrano y se han llevado a cabo talleres con la lana como protagonista. "Este año contamos para la Campaña por la Lana con la colaboración activa de más de 100 tiendas de la zona", ha detallado Bustamante, "todo para educar a la gente sobre las ventajas naturales que ofrece la lana".

El ingeniero textil y asesor industrial en temas de lana, Daniel Palet, ha recordado que "la lana es una fibra 100 % natural, renovable, biodegradable y sostenible que está compuesto por una proteína rica en azufre, la querina; y por su naturaleza y estructura absorbe y elimina la humedad y contribuye a la comodidad".

El primer productor y exportador mundial de lanas finas es Australia con un 25 %, seguida de China (18%) y Nueva Zelanda (11%); España supone solo un 1% del total mundial, según precisa a Efeagro el director del Gremio de Fabricantes de Sabadell, Francesc Garcia Planes.

Según datos de la organización, en Madrid "el año pasado asistieron más de 80.000 personas" y este año esperan "superar esos números e iniciar un debate con marcas, diseñadores, industria y los mismos ciudadanos sobre la lana".

Redacción