

Il design made in Italy in campo per la sostenibilità, scommette su green e high tech

20 gennaio 2023 | 12.19

LETTURA: 9 minuti

In occasione del World Economic Forum di Davos alcuni brand vogliono far sentire la propria voce.

Promuovono iniziative e metodi di produzione eco-friendly e in grado di dare un contributo alla salvaguardia dell'ambiente. I brand del design made in Italy scommettono su green e high tech per difendere il pianeta. E in occasione del World Economic Forum di Davos vogliono far sentire la propria voce.

Antonio Zerilli, Managing director del marchio Zerica, da 90 anni in prima linea nella creazione e produzione di elettrodomestici intelligenti per la gestione dell'acqua, sposta l'attenzione sulla difesa delle materie prime partendo proprio dall'acqua: “Quando parliamo di acqua, affrontiamo un tema culturale che riguarda sia la nostra vita, sia il futuro del pianeta che ci ospita. È fondamentale ricordare che questa risorsa essenziale per il nostro benessere è fragile e soprattutto limitata. Un bene unico che, grazie alla tecnologia, può essere più

razionalmente utilizzato. Utilizzare acqua filtrata in casa, in azienda o in un ristorante, rappresenta numerosi vantaggi: nessun magazzinaggio e movimentazione di bottiglie, né di quelle piene né dei vuoti a rendere, una semplificazione che si unisce a un vantaggio economico non trascurabile, soprattutto in una fase in cui i trasporti sono incerti e costosi. Inoltre, alimenta un approccio rispettoso del pianeta riducendo le emissioni e contribuendo alla transizione ecologica. Abbiamo ideato un Dossier H2O proprio per sensibilizzare il pubblico a un consumo sostenibile di questo bene così prezioso". Ritengo che per l'Italia, più ancora che per altri Paesi, l'approccio 'green' possa rappresentare una chiave straordinaria per rafforzare il made in Italy e, più in generale, per sostenere la piena affermazione di un nuovo modello di sviluppo all'interno del nostro sistema imprenditoriale, fondato sui valori della qualità, dell'innovazione, dell'efficienza ecosensibile e della salvaguardia dell'ambiente. Credo altrettanto, però, che, anche a livello industriale, la tecnologia e il design possano favorire un uso sostenibile e un risparmio considerevole dell'acqua", afferma Alessandro Piesco, Managing director di Fir Italia, azienda che da 65 anni si caratterizza per una forte attitudine all'innovazione, sia in campo estetico che tecnologico, nel settore delle rubinetterie per il bagno e la cucina.

"Da parte nostra, siamo impegnati da diversi anni - continua Piesco - sul fronte della sostenibilità; infatti l'azienda continua a lavorare sul Green Total Look, il rivoluzionario bathroom concept di Fir Italia che propone rubinetterie e soluzioni doccia sicure per l'Ambiente e per le persone. Ci impegniamo nel sempre maggiore utilizzo per i nostri prodotti dell'ottone a piombo zero, già presente anche nel sistema incasso universale FirUnico. Crediamo che una progettazione giusta e funzionale non possa non tenere conto delle esigenze dell'ambiente e della salvaguardia delle risorse primarie, soprattutto in questo periodo storico. Per questo, tutti i nostri miscelatori lavabo, bidet e i soffioni doccia di Fir Italia sono per scelta a risparmio idrico perché equipaggiati di serie con aeratori green, che garantiscono una sensibile riduzione del consumo d'acqua. Con i miscelatori lavabo a risparmio idrico, con portata limitata a 5 o 6 L/min a seconda della collezione, si può arrivare a un dimezzamento dei consumi di acqua; i soffioni doccia sono anche essi a risparmio idrico con portata limitata a 9 o 10 L/min".

"Sostenibilità. Un termine così usato in tanti settori da inflazionarne il concetto, svuotandolo del suo vero significato. Spesso è un termine utilizzato da multinazionali, che sono l'antitesi della sostenibilità, per fare 'green washing'. Non è così per noi: per noi la sostenibilità è un vero e proprio imperativo, 'una legge' a cui tutti dobbiamo aderire nella vita quotidiana. È importante che l'essere umano percepisca che le imprese sono soggetti che abitano il presente e che partecipano alla costruzione del futuro: una profonda revisione in chiave green deve, quindi, essere attuata anche a livello aziendale, sia nella produzione sia nei consumi. Oggi la responsabilità sociale di un'impresa non consiste solo in donazioni o sponsorizzazioni e deve essere applicata imperativamente alla gestione aziendale quotidiana: l'aveva capito già mio padre, che dalla fine degli anni '50 è stato in prima linea nel salvaguardare la salute dei nostri dipendenti e di chi utilizza i nostri capi, nel pieno rispetto della Natura, del Pianeta e delle generazioni che verranno", dichiara Michele Moltrasio, titolare e ad del Gruppo Gabel.

"Gli stabilimenti produttivi e logistici del Gruppo, così come gli uffici e tutti i nostri negozi, usano fin dagli esordi - continua Moltrasio - tecnologie all'avanguardia: utilizziamo esclusivamente energia verde certificata, proveniente da fonti rinnovabili, depuratori (installati quando ancora per legge non era obbligatorio) e un sistema avanzatissimo di riciclo delle acque che consente di tutelare l'ambiente, scelte di sostenibilità adottate anche per tutti i negozi GabelCasa di nostra proprietà. Dagli anni '80 controlliamo così interamente la filiera: dalla produzione di energia pulita, nella centrale idroelettrica sull'Isonzo, alla tessitura, stampa e tintoria (nobilitazione), fino alla confezione del prodotto finito, solo così siamo certi di ciò che offriamo ai nostri clienti".

"A conferma del nostro impegno - ricorda - abbiamo ottenuto due fra le più importanti certificazioni tessili internazionali: STeP by Oeko-Tex (Sustainable Textile Production) e Global Organic Textile Standard (Gots), due importanti obiettivi aziendali per una Corporate Social Responsibility chiara, trasparente, equa e sempre volta al benessere delle persone e alla tutela dell'ambiente. Per valorizzare ulteriormente l'impegno verso un mondo più green, ci siamo impegnati a diminuire drasticamente il consumo di plastica per la realizzazione del packaging; abbiamo raccolto dei dati che hanno visto una diminuzione sensibile del 65% circa nel triennio 18-19-20. Per colmare tale diminuzione, si sono realizzati nuovi packaging totalmente plastic free: il prodotto finito oggi viene avvolto in un tessuto, sempre certificato Gots, chiuso con un semplice cordino di spago o di tessuto 'riciclato', impreziosito un'etichetta in carta in cui si racconta della certificazione e inserito in una busta 100% plastic free".

"Sono in molti a cavalcare l'ondata green, ma per noi non si è mai trattato di seguire una moda quanto, piuttosto, di un impegno concreto e irrinunciabile, segno di responsabilità e rispetto verso il nostro pianeta e verso le generazioni attuali e future", spiega Giovanni Maggioni, Ceo di Protek, azienda di Usmate Velate specializzata nella progettazione e produzione di controtelai per porte e

finestre scorrevoli a scomparsa, oltre che di numerosi altri sistemi per lo scorrimento delle porte in legno e vetro.

"Progettazione e produzione interamente eseguite in Italia - sottolinea - sono da sempre il marchio distintivo della nostra azienda, che da anni persegue concretamente la protezione dell'ambiente, con particolare attenzione alla prevenzione di inquinamenti e sprechi, allo smaltimento corretto dei rifiuti e alla riduzione del consumo di energia e risorse. Ne sono dimostrazione le molteplici certificazioni ottenute negli anni, tra cui la certificazione di Zero Emission Company, titolo conferito in seguito al raggiungimento della neutralità carbonica per l'anno solare 2022: un'ulteriore conferma dell'efficacia e della validità delle nostre politiche aziendali e produttive, che ci incoraggia ad andare oltre anche in questo, verso un made in Italy non solo di qualità ma anche a impatto zero".

G.T.Design, brand pioniere del tappeto contemporaneo, combina abilità artigianali con tecnologie all'avanguardia per creare prodotti di lusso e design su misura, vantando un'incomparabile attenzione al dettaglio e alle materie prime con cui vengono realizzati. "La sostenibilità ambientale è da sempre al centro di G.T.Design. Dalla scelta di materiali a basso impatto ambientale alla creazione di un bosco nel Modenese, privilegiamo l'uso di materiali naturali che hanno cicli produttivi a basso impatto ambientale, caratterizzati dall'utilizzo di materie facilmente rinnovabili che non richiedono l'impiego di grandi quantitativi di acqua e lavorazioni a basse emissioni di Co2, sia usando tinture realizzate con coloranti atossici azo-free, e infine utilizzando packaging fatti con materiali naturali o materiali sintetici, ma totalmente riciclabili", dice Deanna Comellini, direttrice creativa di G.T.Design, che sceglie la sostenibilità come filosofia di vita e cultura aziendale.

"Pieces of Venice si basa su economia circolare e quindi recupero, riuso, riciclo accompagnati da rispetto dell'ambiente, attenzione e sostegno al sociale, il tutto contraddistinto dall'Industrial Design", racconta Luciano Marson, founder della benefit company Pieces of Venice, nata per esprimere l'amore per Venezia, per i materiali, per la bellezza e per il sociale. I materiali utilizzati per realizzare i

complementi firmati Pov sono tutti materiali di recupero provenienti proprio dalla Laguna e della città di Venezia. Pieces Of Venice, nella sua natura di Benefit Company, ha anche grande sensibilità e consapevolezza sociale e affida prevalentemente le lavorazioni e trasformazioni dei materiali alla cooperativa sociale Futura che ha finalità di riscatto e riabilitazione sociale. Grazie a tutte queste qualità, la benefit company si è vista aggiudicare nel 2020 il Compasso d'Oro al progetto d'impresa. "All'inizio utilizzavamo legno di Bricola recuperato direttamente dalla Laguna di Venezia e Larice dei Pontili, ora stiamo iniziando con il riuso di scarti di produzione del vetro di Murano e guardando ad altri materiali veneziani sempre di recupero", specifica Karin Friebe Marson, che insieme al marito Luciano ha dato vita a questa realtà tutta made in Italy.

Binomio sostenibilità-produzione nell'attività di Unox Casa, marchio leader nel settore dei forni d'alta gamma made in Italy e con una divisione dedicata al residenziale. "Non può mancare un occhio alla sostenibilità che si coniuga con la produzione e con l'essere brand made in Italy", osserva Matteo De Lise, director of Unox Casa Business Unit, facendo notare che "tutti i processi produttivi avvengono in Italia, dove da anni viene perseguita una strategia di integrazione verticale". "Oggi, infatti, Unox si occupa non solo dell'assemblaggio del forno - assicura - ma gestisce tutti i processi di design, industrializzazione e produzione della quasi totalità dei componenti. La scelta di non esternalizzare o delocalizzare la produzione ha comportato impatti positivi dal punto di vista sia ambientale che sociale".

"Dal punto di vista ambientale, l'aver creato delle aziende dedicate alla produzione della maggior parte dei componenti necessari per la produzione dei forni a pochi chilometri dalla sede di Cadoneghe (Pd), in cui avviene l'assemblaggio, ha consentito di ridurre drasticamente la carbon footprint generata dalla logistica in ingresso. Dal punto di vista sociale, Unox ha generato un impatto positivo sulle comunità locali, creando numerosi posti di lavoro nel territorio. Inoltre, abbiamo implementato il programma Net-zero E-Mixion

2030 per uno sviluppo ambientale sostenibile dell'azienda, basati su alcuni principi chiave", conclude.