

PAMBIANCO

# DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA CASA E DEL DESIGN

**OUTDOOR** Business  
in pieno sole

**FINANZA** Le alternative  
alle banche

**REPORTAGE** Il tessuto  
piace tecnico

**ACQUISIZIONI** Boffi va in  
porta con Adl

Prezzo Italia € 5,90 (prezzo coperto al CNR) - Prezzo per la ristampa del numero febbraio/marzo 2019: 5 EURO



## GREEN INTERIORS

COVER BY JONAS WOOD

Available on the iPhone  
App Store

Google Play

dossier



# BELLO e sostenibile

*PARTENDO DALLA PROBLEMATICHE FONDAMENTALE DEI MATERIALI, IL MONDO DELL'ARREDO STA SVILUPPANDO SOLUZIONI PER AUMENTARE IL SUO APPEAL LIMITANDO AL MASSIMO L'IMPATTO AMBIENTALE E SPOSANDO LA CAUSA DELL'ECONOMIA CIRCOLARE. UNA SFIDA NECESSARIA PER RISPONDERE A UNA RICHIESTA DI MERCATO CHE CRESCERÀ CON LE FUTURE GENERAZIONI.*



# La SOSTENIBILITÀ è di CASA

di Milena Bello

*L'ARREDO ITALIANO  
SI CONFERMA  
TRA I PIÙ GREEN  
D'EUROPA, A PARTIRE  
DAL MONTE DELLA  
FILIERA. E, OLTRE  
AGLI INVESTIMENTI  
PRODUTTIVI,  
HA CAPITO  
L'IMPORTANZA DELLA  
COMUNICAZIONE  
DI QUESTO ASSET,  
SOPRATTUTTO PER CHI  
ESPORTA A NORD*

**A**ll'ultimo Forum economico mondiale di Davos dello scorso gennaio si è presentata anche la sedicenne svedese Greta Thunberg, una teenager diventata un'icona della lotta contro i cambiamenti climatici. Di fronte ai grandi potenti del mondo, ha ricordato loro l'urgenza di una politica comune per salvare il mondo. È l'ennesima prova che la sostenibilità è uscita dagli angusti parametri di un argomento per pochi ecologisti per entrare nel circuito mainstream delle nuove generazioni. Il green va di moda in tutti gli ambiti ed è una bella notizia. Ma è anche una strategia aziendale che può portare frutti in termini di immagine. Chi l'ha capito per primo è stato il mondo del lusso che ha iniziato da tempo una strategia di comunicazione tutta improntata sulle generazioni di giovani consumatori (Millennials e Generazione Z), che, secondo recenti ricerche di mercato, sembrano attenti al tema e più propensi a fare acquisti green. Basta guardare il caso di **Kering**: il colosso francese del lusso a cui fanno capo blasonate etichette tra cui Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta e Balenciaga, l'ha fatta diventare uno degli asset della sua immagine.

## IL PRIMATO DELL'ITALIA

Se per la moda questo è realtà, per l'arredo è un discorso ancora da scoprire? A quanto pare, è proprio il contrario: l'arredamento italiano vanta performance ambientali da primato in Europa sul fronte dei consumi energetici, delle emissioni climalteranti, della riduzione dei rifiuti: consuma meno energia ed emette meno Co2. E il mobile made in Italy è anche primo in Europa per investimenti in Ricerca & Sviluppo: 56,4 milioni di euro, precedendo così quelle inglesi (44,6), tedesche (39,9) e francesi (17,5). I dati provengono dal dossier "Il made in Italy abita il futuro – Il Legno Arredo verso l'economia circolare" stilato da **Fondazione Symbola e FederlegnoArredo** nel 2016, per il momento l'unico ad aver fotografato in modo così preciso lo stato dell'arte della sostenibilità nel design italiano. Seppur non aggiornati, i dati sono interessanti perché confermano quanto si sia già fatto nel solo della sostenibilità. Lo conferma Laura Badalucco, professore associato in Design nonché direttore del corso di laurea in Disegno industriale e multimedia dell'Università Iuav di Venezia. Secondo la docente, "le aziende di arredo italiane hanno già in gran parte stanziato importanti investimenti per ridurre il fabbisogno energetico e di acqua, nonché eliminare le sostanze tossiche, anche in funzione dei parametri richiesti dalle grandi aziende e dalla Pubblica amministrazione. Ma stanno lavorando anche sulla logistica e sulla logistica inversa (ovvero il recupero e raccolta dei resi, ndr)". Tra i vari settori, quello delle cucine, insieme agli elettrodomestici, è tra i più avanzati in questo senso. "Anche negli uffici vedo un gran lavoro sul fronte sostenibile, senza dimenticare alcuni esempi positivi nel mondo delle sedute", ha aggiunto **Laura Badalucco**. Secondo il rapporto 2018 di **Greenitaly** stilato da Symbola sullo stato dell'arte dell'economia verde in Italia, "il pannello truciolare italiano, che costituisce ancora la base per i prodotti di arredamento, è realizzato con tecniche che permettono di utilizzare una percentuale di legno riciclato superiore alla media europea".

## A MONTE DELLA FILIERA

Oltre ad avere già agito concretamente adattando gran parte degli stabilimenti industriali, grazie anche al traino della digitalizzazione di Industria 4.0, l'arredamento made in Italy ha capito che si tratta di uno strumento comunicativo di importanza fondamentale, soprattutto se si considera l'export in alcuni Paesi tradizionalmente più attenti al tema sostenibilità. E questo accade non solo nella parte a valle della filiera del mobile, ma anche (e in molti casi soprattutto) tra le aziende a monte. Lo conferma il caso



In alto, un dettaglio dei materiali Illas; sopra, impianto fotovoltaico nello stabilimento di Illas

In apertura, il bosco di faggi del Consiglio



La linea di vernici eco-friendly Hecopur Bio di Ilva

della goriziana **Ilcam**, specializzata nella produzione ante e frontali per mobili che lavorato su diversi aspetti industriali. “Il motivo? Abbiamo voluto essere a norma con le normative sui prodotti non solo quelle attuali ma anche quelle future - ha spiegato a Pambianco Design **Alessandro Corazza**, socio di **Lanta**, società che fa capo a Ilcam Group, e direttore generale - credo che l'aspetto green sarà sempre più richiesto dal mercato”. In molti Paesi già accade. “Nei mercati nordici, per esempio. È un credo politico e sociale. E nell'arredo non si può non stare al passo con Ikea che è già molto avanti sul fronte della sostenibilità”. Il senso è chiaro: un'azienda di design deve garantire la certezza della sostenibilità di tutti i componenti del sistema d'arredo, onde evitare di incorrere in possibili boomerang dal punto di vista dell'immagine. Ma la sostenibilità non si ferma alla filiera del mobile: occorre che tutto ciò che rappresenta il mondo attorno al mobile lo sia, altrimenti l'intento si vanifica. Lo spiega bene il caso di **Ilva**, marchio del gruppo multinazionale **Ivm**, fra i più grandi ed importanti in Europa e nel mondo

specializzati in vernici per legno. “Ci sono ancora dei limiti: non in tutti i casi le vernici ad acqua sortiscono gli stessi effetti di quelle tradizionali - spiega **Marco Buttafava**, Direttore commerciale Italia di Ivm - e poi un prodotto ecofriendly è sostenibile ma non, ancora, biodegradabile. Tuttavia il green è un trend in forte crescita e l'input che abbiamo dato alla nostra divisione ricerca è fare in modo che tutti i nostri prodotti siano possibilmente ad acqua, bio e realizzati con materie prime sostenibili. Però il nostro limite è quello delle materie prime che l'industria chimica mette a disposizione. Tanto più ne riuscirà a generare con ottica sostenibile, tanto più potremo proporre soluzioni in questo senso”.

**Itlas** è una azienda trevigiana, controllata di Labor Legno, specializzata nella produzione di pavimenti prefinito in legno che dal 2007 ha ottenuto la prima delle certificazioni ambientali. “Gli investimenti in comunicazione di Itlas coincidono da sempre con la comunicazione del concetto di sostenibilità in cui si fonda l'azienda”, spiega il fondatore, **Patrizio Dei Tos**. “All'inizio, oltre dieci anni fa, era

un concetto ancora di nicchia e per Itas è stata anche una grande scommessa. Oggi che la sostenibilità è imprescindibile dal fare impresa, per noi è più una questione di coerenza con la linea del nostro pensiero che di risposte al mercato. Chiaro che la costanza e l'impegno continuo regalano credibilità e di conseguenza anche un ritorno degli investimenti".

#### LA SFIDA DELLA CIRCULAR ECONOMY

Se la sostenibilità è il presente ed è quello per cui le imprese italiane del settore paiono già ben strutturate, la prossima sfida alla quale occorre arrivare quanto prima già attrezzati è l'economia circolare, il sistema economico basato su modelli di business che sostituiscono il concetto di 'fine vita' attraverso la riduzione, la rigenerazione e il recupero dei materiali in produzione. "Non solo consente un risparmio di risorse, ma va oltre prevedendo nuovi modi per immaginare gli oggetti sia nella lunga durata, sia nel breve e crea sistemi di simbiosi industriale", sottolinea **Laura**

**Badalucco** che aggiunge: "chi c'è già dentro ha un vantaggio competitivo notevole". E su questo il made in Italy ha grandi opportunità da cogliere seppur comporti una trasformazione nella produzione e nell'assetto aziendale. È sostenibile tutto questo per il tessuto delle Pmi dell'arredo, che rappresenta la spina dorsale del sistema? Per Badalucco sì, seppur a piccoli passi. "In Italia ci sono già istituzioni e network che stanno aiutando le Pmi a declinare i concetti dell'economia circolare". Tra queste, il progetto **Circular Economy Network, Storie di Economia Circolare** e la piattaforma **Symbiosis**. "È un processo per gradi - conclude la docente dello Iuav - per esempio si può partire dall'uso degli scarti che può diventare elemento fondamentale per nuovi artefatti o può aprire anche business differenti. E generare un ritorno economico immediato". Che per le imprese significa mettere d'accordo cuore e cervello, ovvero sensibilità all'ambiente e tornaconto economico. Una soluzione in tutto e per tutto sostenibile. ■



La sede di Itas a Cordignano (TV)