

Green economy

La sfida. È nella fase di ideazione di un prodotto che si coniugano estetica, fruibilità e materiali

Design, sinergie tra le filiere per continuare ad essere leader

Marco Cappellini
Domenico Sturabotti

Correva l'anno 1952 quando Ernesto Nathan Rogers conio, nell'ambito del XIII congresso dell'Icsid (*International Council of Societies of Industrial Design*), l'oramai celebre slogan dal Cucchiaio alla città per indicare, non senza ironia, l'ampio spettro disciplinare del design.

Sono passati meno di settant'anni e quel perimetro, nel frattempo ampiamente superato, torna ad essere oggetto di una profonda revisione da parte del design, chiamato a rispondere ad una nuova equazione: creare più benessere, per molte più persone, in un contesto di risorse limitate, rispettando l'ambiente. Una sfida epocale che cambierà radicalmente la geografia di beni e servizi, con grandi ricadute sull'economia. La *Commission on the New Climate Economy* ha recentemente stimato in 26 trilioni di dollari l'indotto che verrà generato dalla sola lotta al global warming, oltre 65 milioni di nuovi posti di lavoro low carbon, equivalenti ad oltre un terzo dell'occupazione dell'Unione Europea a Ventotto.

Una sfida che ha spinto negli ultimi cinque anni oltre 345 mila imprese italiane a investire in innovazioni di processo e di prodotto per migliorare il profilo ambientale di beni e servizi e che chiama le oltre 29 mila imprese del design italiano a formulare soluzioni per un mondo più sostenibile. Sì, perché è proprio nella fase di ideazione di prodotti e servi-

zi che si disegna il loro futuro, anche nel mercato, e la sostenibilità ambientale ed economica del sistema.

Proprio per questo sono in molti a prevedere che nel medio periodo coabitano diverse modalità di fruizione dei beni fisici: acquistabili, utilizzabili come servizi o. Anche per i materiali potrebbe prospettarsi un nuovo futuro, da risorse da acquistare a risorse da affittare da coloro che producono manufatti per un arco di tempo coincidente con il ciclo di vita dei prodotti.

Una prospettiva di cambiamento veramente ampia che, grazie proprio al support del design, sta già ridisegnando cicli produttivi e interconnettendo tra loro filiere: così le filiere degli pneumatici iniziano a dialogare con quelle degli sport, quelle agricole con quelle dell'arredamento e del tessile, quelle dell'abbigliamento con quelle dell'edilizia.

Una prospettiva che già oggi premia coloro che investono sia in design che in green technologies come dimostrano le imprese italiane che nel periodo 2014-2017 hanno fatto investimenti di questo tipo, premiata da performance economiche due volte superiori rispetto a coloro che non fanno questo tipo di investimenti. Numeri che dimostrano che questo è il campo della competizione. Per tutti questi motivi, le nostre imprese e il sistema del design italiano sono chiamati ad un salto di qualità: la bellezza delle produzioni deve convergere sempre più con la sostenibilità. Questa è una delle sfide più importanti, e allo stesso tempo, più promettenti, alla quale è chiamato, ora, il made in Italy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mobilità smart. Secondo l'Osservatorio nazionale sulla sharing mobility, i servizi di condivisione sono aumentati del 50% nel triennio 2015-17, e riguardato 18 milioni di italiani

Il confronto



Automotive

L'auto del futuro si guida in sharing (ed è elettrica)

Condivisa, elettrica, (parzialmente) autonoma. L'auto del futuro? Macché: l'auto del presente, anche se in forma embrionale rispetto ai progetti di lungo corso dell'industria. La filiera italiana dell'automotive, settore da quasi 6 mila imprese e 1,16 milioni di addetti, si sta attrezzando per restare al passo con gli impulsi del mercato. In parte per ragioni normative, con il pressing delle istituzioni europee per ridurre le emissioni di CO2 e favorire la transizione a modelli di spostamento più sostenibili. In parte per un cambio di paradigma che sta travolgendo i vecchi schemi della mobilità internazionale: tramonta (lentamente) l'esigenza di un'auto di proprietà ma si moltiplicano i modelli di fruizione di trasporto. La prima sfida per il settore è rappresentato proprio dall'avvento della sharing mobility, la cosiddetta mobilità condivisa: piattaforma online, accessibili via smartphone, che permettono di rintracciare e pagare sul momento servizi che vanno dal classico car sharing (auto condivise, pagate al consumo) al bike sharing (idem, ma per le bici).

In Italia, secondo dati dell'ultimo Osservatorio nazionale sulla sharing mobility, i servizi di condivisione so-

no aumentati del 50% solo nel triennio 2015-2017, consentendo a 18 milioni di italiani di spostarsi in maniera smart. Se poi si parla di tecnologia in senso stretto, arriva la seconda (e doppia) sfida del settore: l'elettificazione delle vetture.

L'Italia è oggi già leader per quota di vetture ad alimentazione alternativa (il 24,1% su scala Ue), ma resta ben al di sotto della media quando si parla di diffusione di vetture elettriche: solo un'auto elettrica ogni 408, meglio della sola Grecia (una ogni 443). Un gap che potrà essere colmato dagli investimenti messi sul piatto dalle grandi case automobilistiche (la sola Fca spenderà 9 miliardi di euro nei prossimi cinque anni), oltre a forme progressive di incentivazione. In assenza di bonus pubblici razionali, la provincia di Bolzano ha rotto il ghiaccio erogando contributi all'acquisto di modelli elettrici da parte di pubblico e privati. Sì, ma come si caricano le auto «eco» in assenza di colonnine? Enel ha già annunciato una rete di ricarica capillare, formata da colonnine Quick (22kW) in città e Fast (50 kW) e Ultra Fast (fino a 350 kW) in quelle extraurbane. Ora mancano «solo» i fatti.

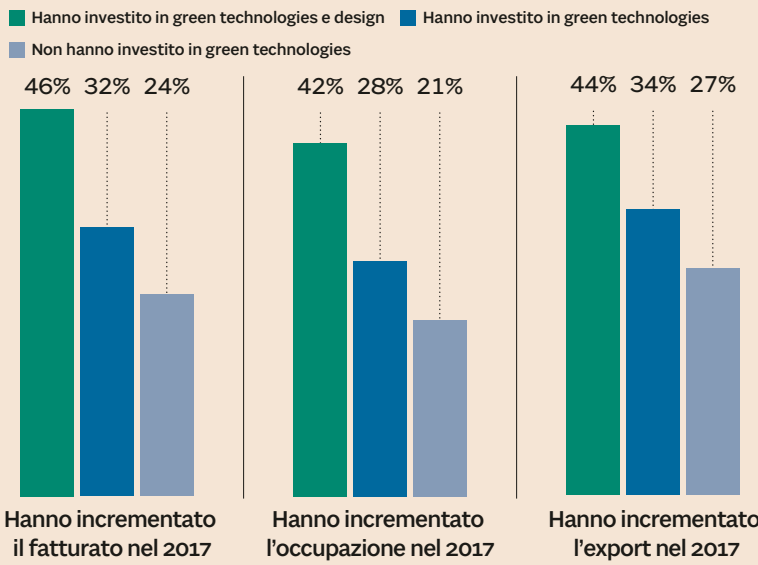
— **Alb.Ma.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Rifiuti di valore. Bio-on, quotata sul segmento Aim a Piazza Affari, ha svelato a giugno, a Bologna, il primo impianto di Pha (bioplastica da zucchero). Lo stabilimento ha un valore stimato di 20 milioni di euro

Performance nel 2017 delle imprese che hanno investito in design e in green technologies nel triennio 2015-2017 a confronto con quelle che non hanno investito. Quota di imprese che hanno registrato un aumento nel 2017 rispetto al 2016



Fonte: Unioncamere

Chimica

Novamont ricava bioplastica da zucchero

Quando si parla di eccellenze made in Italy, alimentare e fashion sono sempre in cima alla lista. Ma c'è un terzo settore che non ha nulla da invidiare alle prime due: la chimica verde, soprattutto nella sua branca della bioeconomia. Per usare la definizione della Commissione europea, la bioeconomia è il processo che «usa le risorse biologiche rinnovabili (provenienti dalla terra e dal mare) o i rifiuti come input per la produzione industriale, alimentare e mangimistica, energetica».

Un segmento che vale 2.200 miliardi di euro su scala Ue, generando oltre 18 milioni di posti di lavoro. L'Italia, stando ai dati dell'ultimo report Bio-based industry Join Undertaking, sventa come primo paese Ue per fatturato pro capite nel settore dello sviluppo dei prodotti basati sui processi biologici (come bioplastiche), secondo mercato Ue dopo la Germania per ricavi e occupazione in questi ambiti (rispettivamente pari a oltre 100 miliardi di euro e 500 mila persone), terzo paesi Ue con un giro d'affari da 260 miliardi di euro, sempre a un passo da Germania (prima) e Francia (seconda). Due esempi, fra i tanti, sono Novamont e Bio-On. Novamont, un'azienda di settore che

viaggia su un fatturato di 195 milioni di euro, ha messo alle spalle una serie di progetti che spaziano dalla riqualificazione di impianti in disuso (come Porto Torres, in Sardegna, primo caso di riconversione di un sito petrolchimico in una bioraffineria) all'industrializzazione di prodotti inediti: nel 2012 l'azienda ha dato vita a Mater-Biotech, a suo dire prima al mondo a produrre biobutadiolo da zuccheri su vasta scala.

Bio-on, quotata sul segmento Aim a Piazza Affari (oggi capitalizza 1 miliardo di euro), ha svelato a giugno 2018 a Castel San Pietro Terme (BO) il primo impianto per la produzione di Pha (poliidrossialcanoati). Lo stabilimento ha un valore stimato di 20 milioni di euro tra impianti e laboratori, per una capacità produttiva che si aggira sulle 1000 tonnellate annue. Anche in questo caso, l'impresa è nata dalle ceneri di un progetto in abbandono: la struttura è stata realizzata in un'area di 50 mila metri quadri che ospitava una fabbrica di yogurt. Qui gli scarti agroindustriali, come il melasso che resta dalla produzione di zucchero, saranno riconvertiti in microperle biodegradabili per l'industria cosmetica.

— **Alb.Ma.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Agrifood

Dalla carne alla pasta vola il contratto di rete

L'attenzione per la sostenibilità ambientale paga: l'agricoltura italiana è al primo posto in Europa in termini di valore aggiunto prodotto, con 31,5 miliardi, davanti alla Francia (28,8 miliardi), alla Spagna (26,4) e alla Germania (17,5). L'agrifood italiano ha molti primati green. Il nostro è il secondo Paese dell'Unione europea per superficie agricola a biologico, e nel 2017 è stato anche la seconda nazione al mondo per export di prodotti bio, con 1,9 miliardi di euro: solo gli Usa hanno fatto meglio, con 2,4 miliardi.

I dati arrivano dal rapporto che Symbola ha realizzato insieme a Coldiretti. E che indicano come l'attenzione per l'ambiente possa diventare la chiave per incrementare il business. Ci è riuscita per esempio la Chiesa Virginio, che produce ortaggi e che ha costruito il proprio successo valorizzando lo scarto di produzione del pomodoro: dalle sue bucce ha estratto la cutina, e l'ha trasformata in biorecina per realizzare un tipo di vernice per le latte al cui interno non c'è chimica, ma solo natura. Sempre dagli scarti, ma questa volta del melograno, il progetto Melovita ha ricavato una bioplastica per il packaging.

L'obiettivo del risparmio energetico è invece lo stimolo che ha con-

sentito alla startup Robonica di inventare Linfa, una serra smart modulare, dove la luce del sole viene simulata dai Led e un sistema di irrigazione idroponico consente di coltivare anche in casa.

Una spinta verso la sostenibilità arriva anche dai contratti di filiera, portati avanti soprattutto dalla Coldiretti: dalla carne all'olio extravergine di oliva, dal frumento tenero all'aceto. Il progetto di filiera sulla carne bovina, per esempio, firmato da Coldiretti, Inalca, Bonifiche Ferraresi e Filiera Bovini Italia, nasce per garantire un prezzo minimo agli allevatori pari ai costi di produzione e allo stesso tempo offrire un contributo al sistema Paese con la riduzione delle importazioni. Per gli allevatori è previsto anche un premium price rispetto alle quotazioni di mercato. In linea con questi principi è anche il contratto di filiera sul grano biologico realizzato da Coldiretti con Consorzi agrari d'Italia, Fai (Filiera Agricola Italiana) e il gruppo Casillo, che prevede la fornitura ogni anno di 300 milioni di chili di grano duro biologico 100% italiano destinato alla produzione di pasta, e 300 milioni di chili di grano tenero bio 100% italiano per il pane.

— **Mi.Ca.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Materiali alternativi. Soprattutto sulla fascia alta, sono sempre più diffusi materiali ecosostenibili o biodegradabili o di riciclo - che si accompagnano a colorazioni ad acqua e vernici atossiche.

Marta Casadei

Non solo belli, non solo funzionali. Oggi gli arredi vengono scelti sulla base di una serie di valori e caratteristiche che vanno ben oltre l'estetica e la comodità di utilizzo. E che, nel tempo, sono diventati fattori determinanti nella decisione d'acquisto.

La sostenibilità è uno di questi fattori-valori. Ed è uno dei vessilli dell'industria italiana del legno-arredo, che secondo le rilevazioni Mediabanca genera ricavi annui per 41 miliardi di euro. Approcci progettuali innovativi e ricerche sui materiali che da anni coinvolgono molte aziende, solo per fare alcuni esempi, Valcucine, Poliform, Lago. Ma anche Caimi brevetti.

Il lavoro di efficientamento (energetico e non solo) dell'industria del legno-arredo made in Italy opera su un doppio binario: quello dei processi di lavorazione e quello dei prodotti. Tra questi ultimi ci sono, senza dubbio, i materiali: un ruolo di primo ordine spetta sempre ai materiali naturali come il legno - oggi certificato, frutto di una selezione "a basso impatto ambientale", e quindi derivato non da deforestazioni ma, per esempio, da alberi caduti natural-

mente o da foreste rigenerate, o, ancora "di riuso" -, ma, specialmente nel segmento di mercato di fascia alta, sono sempre più diffusi materiali ecosostenibili - biodegradabili o di riciclo - di nuova generazione. Che spesso si accompagnano a colorazioni ad acqua, vernici atossiche.

La tecnologia gioca sempre un ruolo decisivo nel comparto arredi. Le componenti di cucine e bagni, per esempio, oggi sono pensate per offrire soluzioni hi-tech che, tra i propri effetti, vantano anche un risparmio energetico: rubinetti intelligenti e sanitari salva acqua; elettrodomestici a basso consumo energetico. Non è da meno l'industria dell'illuminazione, protagonista di EuroLucce, dal 9 al 14 aprile 2019 alla fiera di Milano-Rho, nell'ambito del Salone del Mobile: l'introduzione del Led ha impresso una svolta importante in questo settore che ha fatto della sostenibilità la propria bandiera.

A garantire la continuità e l'efficienza dell'approccio eco-friendly nell'industria del mobile made in Italy è una peculiarità tutta nazionale: la presenza di tutti gli anelli della filiera produttiva sul territorio. Che lavorano in modo sinergico al cambiamento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Due facce. Sono del comparto tessile il 10% delle emissioni inquinanti nel mondo. Ma, in Italia, ci sono anche aziende che sviluppano filati dalle reti da pesca e dagli esoscheletri dei crostacei

Tessile

Filati riciclati e organici, il Paese è in prima linea

Al settore tessile-moda spetta la poco lusinghiera medaglia d'argento nella classifica delle industrie più inquinanti al mondo, con il 10% delle emissioni globali di anidride carbonica e non solo. Colpa degli agenti chimici impiegati nei processi di tintura dei tessuti e dei capi finiti, dei lavaggi dei tanto popolari blue jeans, dell'uso di tessuti plastici e della sovrapproduzione di prodotti che va ad alimentare un mercato alla continua ricerca di nuova linfa: quello del fast fashion.

Il settore non si è limitato a prendere atto passivamente del dato, ma ha messo in atto una vera e propria rivoluzione che, seppure lentamente, punta a ribaltare le logiche di sistema, soprattutto quando si parla di capi e accessori d'altagamma. Anche per andare incontro alle esigenze di un pubblico sempre più attento alla questione sostenibilità.

L'Italia - che deve al settore moda nel suo complesso oltre 94 miliardi di euro, di cui 20 assorbiti dal comparto tessile - è in prima fila nella battaglia a favore della responsabilità ambientale e sociale. A confermare di questo interesse crescente, è il report «Destination Zero» di Greenpeace, che evidenzia come su 80 imprese (brand e aziende manifatturiere) che hanno

aderito alla campagna Detox a livello mondiale, 60 sono italiane.

La riduzione dell'impatto ambientale delle loro produzioni si traduce in un triplice lavoro per le aziende che hanno operato o operano sull'efficienza energetica dei loro stabilimenti, studiano processi di lavorazione alternativi e orientano i propri investimenti in ricerca e sviluppo verso la creazione di materiali innovativi, spesso impiegando tecnologie di ultima generazione, che possano soppiantare quelli più dannosi.

È il caso di aziende tessili come Canepa, che ha sviluppato Kiotex, un materiale organico biodegradabile (ottenuto riciclando l'esoscheletro dei crostacei, scarto dell'industria alimentare) da utilizzare nel processo di preparazione dei filati alla tessitura per abbattere l'impatto ambientale. Oppure di Aquafil, azienda che ha inventato Econyl, una fibra tessile realizzata con le reti da pesca riciclate.

Decisivo anche il lavoro delle istituzioni: la Camera della Moda che ha fatto della sostenibilità uno dei capisaldi della strategia di promozione della moda italiana all'estero.

— **Ma.Cas.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA