

194 ANNO 34 **FEBBRAIO** | **MARZO** 2010

ambiente**cucina**



BIMESTRALE IL SOLE 24 ORE BUSINESS MEDIA SRL - VIA G.PATECCHIO 2 - 20141 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN A.P. - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N.46) - ART. 1 - COMMA 1, DCB FORLÌ

trend suggestioni dal nord

trends nordic moods

built-in freddo al massimo

built-in cold storage to the max

mercati bilanci, consuntivi, previsioni

markets analysis, results, forecasts

ambiente**cucina**

BEST UP

PER UN FUTURO PIÙ RESPONSABILE

IL CIRCUITO DELL'ABITARE SOSTENIBILE HA PRESENTATO IL SUO PRIMO RAPPORTO SOCIALE, NELL'AMBITO DELL'INCONTRO SVOLTOSI ALLA TRIENNALE DI MILANO, IN CUI È STATA SOTTOLINEATA L'URGENZA DI FONDARE UNA NUOVA ECONOMIA VERDE



All'insegna del pensiero "È troppo tardi per essere pessimisti", tratto da "Home", bellissimo film sullo stato del Pianeta di Yann Arthus-Bertrand, si è tenuto alla Triennale di Milano il 2 dicembre scorso un incontro fra imprese, esperti e stampa a cura di Best Up, per ribadire la necessità di adottare la sostenibilità ambientale e sociale per affrontare la crisi e fondare una nuova economia verde. L'incontro ha voluto anche promuovere una campagna di sostegno a Best Up, circuito per la promozione dell'abitare sostenibile, che ha presentato nell'occasione il suo primo Rapporto sociale dove racconta obiettivi e attività svolte dal 2007 ad oggi (scaricabile dal sito di Best Up il modulo per le adesioni). Fra i numerosi relatori, Ezio Manzini, esperto internazionale, ha scelto Best Up come "esempio di un'impresa del futuro, agente del cambiamento verso la sostenibilità". Attraverso il quale delinea il concetto di trasformazione e innovazione: «...La domanda da porsi è: le azioni che facciamo mettono o no in discussione il modo insostenibile in cui nel secolo scorso abbiamo vissuto e prodotto? Se la risposta è sì, anche i più piccoli passi possono creare grandi cambiamenti... Nel secolo passato la tipica impresa industriale era basata sulla produzione e sul consumo di prodotti; in questo secolo le cose cambieranno, invece che di singoli prodotti si parlerà di risultati da raggiungere: di approvvigionamento idrico e non di acqua minerale; di mobilità e non di auto; di salute e non di medicine, si parlerà insomma di eventi da realizzare e delle capacità e competenze necessarie per farlo. Sono proprio le persone i veri protagonisti di tutta que-

sta storia. Il prodotto dell'impresa del futuro è la capacità di "far succedere cose positive", per questo possiamo dire che Best Up è un'impresa del futuro, perché fa succedere delle cose che ne mettono in moto altre e tutte vanno nella direzione giusta... Nella transizione verso la sostenibilità le imprese devono essere "agenti del cambiamento", operanti in modo più simile alla Best Up di oggi che ad un'impresa di bulloni di cinquant'anni fa. Occorre immaginare delle imprese che siano "dirette dal design", cioè dalla capacità progettuale di immaginare qualcosa che potrebbe esserci, ma ancora non c'è... Se vogliamo essere agenti del cambiamento dobbiamo scegliere il nostro pubblico. E per fortuna, considerando la società contemporanea nella sua complessità, possiamo riconoscere che ci sono gruppi crescenti di persone con opinioni, domande, voglia di fare che "vanno nella direzione giusta". Il futuro è adesso: per anni si è detto "verrà un giorno in cui tutti riconosceranno l'urgenza del tema ambientale" e quel giorno è arrivato. Oggi la questione non è più convincersi del problema. È capire cosa fare. È offrire visioni e proposte che permettano di affrontare questa nuova consapevolezza come un'occasione e non come una prospettiva terrorizzante. Non servono nuove tecnologie, servono invece nuove idee, nuovi valori e nuove qualità. E servono qui ed ora. Non è difficile. Basta cominciare a fare dei primi passi.

Ma che siano, appunto, nella direzione giusta». Il testo completo di questo e degli altri contributi dell'incontro è sul sito di Best Up.

➔ www.bestup.it

ELICA

PRIMA AZIENDA ITALIANA BEST WORKPLACES 2010

Per tre anni consecutivi, il Gruppo di Fabriano è in testa alla graduatoria stilata dal Great Place to Work® Institute come azienda italiana dove si lavora meglio. Per il Gruppo, leader del settore cappe per uso domestico, non si tratta solo di una riconferma, ma di un indicatore importante del valore della politica aziendale svolta a favore delle relazioni interne all'impresa. Obiettivo tanto più meritorio in una fase molto impegnativa come l'attuale, determinata dalla crisi mondiale. La graduatoria viene stilata sulla base di questionari distribuiti tra i dipendenti, dai quali l'elemento di distinzione che emerge è il riconoscimento della grande attenzione

prestata per fornire loro un'informazione il più possibile chiara e trasparente sull'andamento della situazione economica e del business aziendale. Anche nei momenti di maggiore difficoltà, il Gruppo Elica ha continuato a investire sulle persone e sull'innovazione, a testimonianza del ruolo fondamentale attribuito ai propri collaboratori e alle prospettive future delle aziende che lo compongono. «Una grande soddisfazione, ma anche una grande responsabilità» è il commento di Francesco Casoli, presidente del Gruppo. «Essere i primi da tre anni ci impegna a fare sempre meglio, con serietà e coerenza».

➔ www.elicagroup.com



Il presidente del Gruppo Elica, Francesco Casoli, e un interno della sede Elica di Fabriano.



26 | ambiente**cucina**green**magazine****SCANDOLA**LA BUONA ITALIA
DA SCOPRIRE

UNA FORTE VOCAZIONE ALL'AMBIENTE CARATTERIZZA L'AZIENDA DI MOBILI SITUATA NEL VERDE DEI MONTI LESSINI, A 1.100 METRI DI ALTITUDINE, NEI PRESSI DI VERONA, CHE COPRE 10MILA MQ DI SUPERFICIE, OCCUPA PIÙ DI 70 DIPENDENTI E HA UNA DISTRIBUZIONE NAZIONALE. INTERVISTA A PIER ATTILIO TEDESCHI, DIRETTORE COMMERCIALE

Come si pone Scandola nei confronti della sostenibilità ambientale e della responsabilità sociale di impresa?

Siamo profondamente legati al nostro territorio. Il nostro progetto di impresa prevede di lavorare con la mano d'opera giovanile del luogo, facciamo assolutamente tutto in Italia e cerchiamo di collaborare in modo coordinato con le imprese circostanti. Sta nascendo un'associazione per valorizzare al massimo il territorio a cominciare da un investimento comune per la costruzione di un impianto fotovoltaico che alimenti le imprese con energia solare riducendo impatto ambientale e costi di lavorazione. Inoltre appoggiamo una cooperativa di persone disabili alle quali affidiamo la preparazione della ferramenteria.

La vocazione alla sostenibilità è nata con l'impresa?

L'attenzione alla natura è connotata allo spirito dell'impresa, sicuramente anche determinata dal suo habitat. Scandola è nata nel 1976 come bottega artigiana che lavorava per conto terzi, è una storia comune a tante imprese del Nord Est. Nel '93 fa la scelta di sviluppare una propria linea di prodotti e costruisce una propria offerta e la rete distributiva; il design è curato da un ufficio interno. Dal 1999, sicuramente pionieri in quanto la tecnologia era ancora in fase di definizione, adottiamo un ciclo di verniciatura all'acqua; dal 2001 ci occupiamo della filiera acquistando massello di abete rosso proveniente da zone certificate. Utilizzare il legno è sicuramente più sostenibile del truciolare, sia per la salute sia per la durata. Per quanto riguarda i trasporti utilizziamo fin dove è possibile il treno.

Oltre al materiale e al ciclo di verniciatura all'acqua quali altri parametri dell'ecodesign adottate?

Il dimensionamento delle componenti, che deve essere compatibile con il trasporto via treno; la disassemblabilità dei mobili che permette un packaging compatto per la riduzione dei costi, economici e ambientali, del trasporto; l'ottimizzazione della fase di montaggio - a carico dei nostri rivenditori - che ne permette la velocizzazione e la flessibilità delle soluzioni, che viene incontro alle singole esigenze dei consumatori.

Comunicare i vostri valori al cliente finale? Come?

Ogni mobile è accompagnato da una scheda prodotto molto dettagliata che descrive ogni componente, i materiali, le lavorazioni e le finiture. La nostra utenza, che appartiene al mercato medio, medio-alto, riconosce e apprezza la nostra attenzione all'ambiente.

I prossimi step?

Acquisire entro l'anno la certificazione del legno, utile soprattutto per comunicare il nostro impegno ai clienti. Entro il 2011 rafforzeremo il nostro brand, lo renderemo più riconoscibile investendo sul design e mantenendo la nostra attenzione all'ambiente. La collezione Nuovo Mondo (nelle immagini, le cucine, ndr) è la prima tappa di approfondimento in questa direzione.

➔ www.scandolamobili.it

**VALCUCINE**EMERGENZA CLIMA:
UNA QUESTIONE DA NOBEL

"L'emergenza clima e la green economy. La ricetta del Nobel Richard S. Odingo per vincere la febbre della Terra e ripartire verso uno sviluppo sostenibile sano e duraturo con un new deal ecologico". È il titolo dell'incontro voluto da Gabriele Centazzo di Valcucine, svoltosi a Pordenone presso la Sala Consiglio del Palazzo Municipale con Richard S. Odingo, kenyota, premio Nobel per la Pace 2007. Climatologo e geografo, da oltre vent'anni dà un importante contributo alla comprensione dei cambiamenti climatici in corso, lanciando un forte appello alle Nazioni del mondo affinché prendano con urgenza le misure per vincere la febbre del pianeta e mettere in moto quei grandi cambiamenti che il genere umano e la società moderna sono capaci di generare nei momenti di crisi per avviare una Green Economy sana e duratura, capace di garantire sviluppo e sostenibilità. Alla domanda "cosa possono fare i professionisti della comunicazione di fronte all'emergenza clima?", ha risposto: «Il compito di voi informatori è di informare bene. Solo così si può portare la conoscenza a chi ha i mezzi per trasformarla in azioni. E la conoscenza genera coscienza». Parlando della necessità di diffondere la speranza verso una condizione umana di maggior benessere universale, Odingo ha aggiunto: «Non possiamo permettere che le persone considerino la cura dell'ambiente come un fatto separato e lontano da sé: insegniamo loro ad acuire la vista e l'ingegno e a saper guardare lontano. Occorre operare da oggi in modo costante e divulgare con serena determinazione questi valori. E abbracciare il cambiamento per favorire il salto evolutivo necessario e allineare la domanda di beni e servizi a una riorganizzazione dei sistemi di produzione e di consumo». Per la svolta sostenibile le imprese devono attivare incentivi alla ricerca e all'innovazione tecnologica; riconversioni nella produzione industriale; formazione di tecnici e rivenditori; una comunicazione più mirata. Nell'occasione è stato sancito l'impegno dell'Associazione Bioforest, onlus nata 11 anni fa per volontà di un gruppo di imprenditori tra cui Valcucine ed Electolux, per avviare un progetto di riforestazione in Kenya.

➔ www.valcucine.it

ALESSIPROGETTI PER
LA GASTRONOMIA ITALIANA

Nuove tipologie gastronomiche dell'Enciclopedia Alessi sono state presentate recentemente alla Triennale di Milano in occasione dell'iniziativa Food Landscape. Anno dopo anno, si inseriscono nel catalogo Alessi nuove tipologie di oggetti destinati a innovare il mondo della tavola e della cucina. In un allestimento che ha voluto raccontare, anche con la forza delle immagini, la storia che ha appassionato gli ideatori e gli autori di questi oggetti, Alberto Alessi ha presentato due progetti destinati agli appassionati gourmet e ai cultori della migliore tradizione artigianale italiana. È dalla collaborazione fra designer, gastronomi e raffinati artigiani che si sono sviluppati "La Via Lattea" e "Cum Grano Salis". Il primo è un set di coltelli (nella foto), disegnati da Anna e Gian Franco Gasparini e realizzati a mano dalle Coltellerie Berti di Scarperia, nati per soddisfare le richieste degli appassionati cultori dei formaggi e le esigenze dei professionisti, per i quali il taglio dei prodotti caseari è parte fondamentale del mestiere quotidiano. "Cum Grano Salis" è un set per servire e degustare sali e spezie, disegnato da Giovanni Alessi Anghini e Lorenzo Piccione di Pianogrillo con la consulenza di Fabio Fassone.

➔ www.alessi.com

