

# La mobilità elettrica quale elemento strategico delle smart city per un mondo sostenibile

Vacanze fatte di movimento quelle di quest'anno, dopo un lungo periodo di staticità, il desiderio comune è stato quello di uscire dalle proprie case che tanto a lungo ci hanno "catturati" per espandere orizzonti e curiosare oltre i "confini regionali". Sono state per lo più vacanze #madeinitaly esplorando un Paese che offre tanto dalle montagne ai laghi, ai mari ai borghi, un bel Paese fatto di bellezze che riempie il cuore una volta che lo si conosce a fondo.

Turisti e girovaghi, quest'anno, che gironzolando tra una giornata al mare e l'altra si saranno accorti di come, in molte città e non solo metropoli, siano comparse ai bordi delle strade le **colonnine elettriche per caricare auto sempre più innovative**.

Al 30 giugno sono stati, infatti, superati i 23000 punti di ricarica di EV - Electric vehicle /auto elettriche) in 9.453 location italiane (fonte motus-e la prima associazione in Italia costituita per fare sistema e accelerare il cambiamento verso la mobilità elettrica) da nord a sud. **È stata davvero una sorpresa, perché ci si è resi conto che davvero qualcosa nella nostra Italia, sta cambiando.**

Il futuro in effetti è **sostenibilità e innovazione**, ed è fantastico vedere che sul territorio italiano (ma anche e soprattutto a livello mondiale ormai il fenomeno è di gran lunga in crescita) si stia costruendo una rete di ricarica diffusa facilmente accessibile e ricercabile con un click, per poterne usufruire quando se ne ha la necessità e, presto, da ogni dove. Interessante e curioso è, infatti, programmare un viaggio per chi dispone di **veicoli elettrici** tenendo in considerazione i punti strategici di ricarica, consultando la mappa digitale di [e-station](#) sempre aggiornata.

**Vedendone l'utilizzo mi ha riportato alla mente di quando, tredici anni fa, dopo aver acquistato la mia prima auto a metano giravo con lo stradario cartaceo** dove vi erano selezionate tutte le stazioni di metano, che non ancora capillari sul territorio, ti costringevano ad uscire spesso dall'autostrada per fare rifornimento. Davvero non "easy" ma al contempo avevi la consapevolezza di fare del bene all'ambiente e alla tasca :).

## **Dal metano all'elettrico in un decennio il passo è stato fatto.**

Oggi a distanza di anni abbiamo **una occasione nuova**, ancora più innovativa ma soprattutto a portata di mano che presto sarà la scelta di molti e che entro il 2030 si stima sarà quella prevalente. Ad oggi, infatti, la mobilità elettrica in Italia rappresenta soltanto lo 0,2% del parco circolante e si posiziona indietro rispetto i principali paesi europei. Tuttavia, sta crescendo molto rapidamente (+118% CAGR 2018-2020F1) spinta anche da incentivi nazionali e regionali. **L'offerta di vetture elettriche è ancora in fase di sviluppo e si concentra su fasce alte di prezzo.** L'81% dei veicoli elettrici offerti sul mercato costano tra i €20.000-80.000. Ma d'altronde anche il primissimo modello di smartphone all'epoca fu per pochi eletti per poi diventare a portata di tutte le tasche.

*E' quanto si evince dal recentissimo report sul futuro della mobilità elettrica in Italia 2030 di [e-Motus](#), che ha analizzato lo status attuale ipotizzandone l'immediato futuro e ragionando su scenari che saranno sempre più "Customer Experience Focused" cercando di rispondere maggiormente alle esigenze primarie di un cliente di veicolo elettrico; per arrivare a definire una*

*proposta di scenario al 2030 che si pone l'obiettivo di identificare una infrastruttura di ricarica capace di aumentare il valore di un servizio universale per il cittadino, nel rispetto di alcuni criteri di efficienza e redditività minima degli investimenti.*

Le auto elettriche sono l'elemento di mobilità di quelle che sempre di più saranno **smart city**, le città intelligenti che si pongono l'obiettivo di migliorare la vivibilità dei cittadini e diminuire l'inquinamento e le emissioni di CO2, o almeno questa la promessa della tecnologia che dovrebbe far diventare presto un ricordo, l'aria inquinata e le lunghe code nei centri urbani di tutto il mondo.

Il mondo si sta evolvendo sempre più rapidamente e la **mobilità è uno dei settori simbolo del cambiamento**, che ne mostra il progresso e la tecnologia. Sono diversi gli investimenti dedicati al futuro delle smart cities, aree urbane che puntano sulla Digital Transformation per ottimizzare le infrastrutture e i servizi di cui possono usufruire i cittadini.

**Il settore dei trasporti si sta rivoluzionando** per diventare più digital e per ridurre l'impatto ambientale; nascono nuovi mezzi di trasporto e nuove forme di mobilità e si vedono affermare nuove tendenze, come la mobilità condivisa del car sharing e del monopattino elettrico che spuntano ormai come funghi ovunque.

Nelle città del futuro, la mobilità sarà più **flessibile, sicura, rispettosa dell'ambiente e integrata**, in modo da rispondere in modo efficace alle nuove esigenze delle persone e della città stessa.

## **Scopri il nuovo numero: "Orizzonte elettrico"**

*Al pari di quella digitale, la rivoluzione elettrica è arrivata quasi sottovoce e sta prendendo letteralmente piede molto velocemente. E quando si parla di rivoluzione elettrica, tra le altre cose, non si può non parlare di mobilità.*

Nasce tutto dalla volontà di migliorare l'esperienza urbana e la qualità della vita come si evince dal report di Capgmenini "[Street Smart: Putting the citizen at the center of smart city initiatives](#)", che evidenzia che più della metà dei cittadini (58%) ritiene che le smart city siano sostenibili e che assicurino una migliore qualità dei servizi (57%). Questo è dimostrato dal fatto che più di un terzo degli intervistati (36%) sia disposto a pagare di più per ottenere una **migliore esperienza urbana** ed una **migliore qualità della vita** nella sua città. I cittadini, infatti, ritengono che minacce come l'**inquinamento** (42%) e la **manca di iniziative di sostenibilità** (36%) siano tra le principali preoccupazioni che potrebbero spingerli a trasferirsi altrove.

**A fare della mobilità elettrica un "oggetto" dell'IoT (Internet of Thing) contribuiscono senza dubbio il 5G e l'edge computing. Il veicolo connesso diventa parte integrante di un ecosistema digitale** dove si ha la possibilità di **conoscere se c'è un parcheggio libero a destinazione** e, magari, prenotarlo ancor prima di partire risparmiando tempo per il singolo e per la collettività, riducendo emissioni inquinanti per la ricerca prolungata del posto. La città Smart mette in **comunicazione** cittadini e pubblica amministrazione per prenotare online un servizio come il ritiro dei rifiuti ingombranti o, quando possibile, per effettuare una diagnosi a distanza o un

consulto grazie alla telemedicina.

È una città sempre più innovativa con la tecnologia a servizio del cittadino che però non dovrebbe mai dimenticare la relazione umana sia nel contatto medico/paziente che cittadino con il cittadino (ma qui si aprirebbero scenari da approfondire soprattutto post pandemia che un articolo non basterebbe).

**Molto, infatti, davvero molto è in mano nostra ed è nelle nostre scelte.**

Personalmente devo dire che quando ebbi la possibilità di scegliere tra le auto disponibili nella flotta aziendale un **veicolo ibrido** mi fece un effetto davvero strano. Cinque anni fa si parlava certamente di sostenibilità, ma davvero un veicolo elettrico per girare in città, era ancora un film fantascientifico. Devo ammettere che, camminare senza emettere un rumore rendeva quasi magico il percorso, una delle tante opportunità in una grande metropoli come Roma, se si pensa alle domeniche ecologiche, le targhe alterne, ai parcheggi gratuiti e alla possibilità di circolare liberamente e fruirne, solo alcuni esempi concreti e tangibili che ovviamente si vanno ad aggiungere a tutto quanto discusso sopra che l'hanno resa ancora oggi una scelta SMART che con il senno di poi, anticipò i tempi.

**Ti è piaciuto? Cosa ne pensi? Faccelo sapere nei commenti. Rispondiamo sempre.**

**Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.**



Nome

Cognome

Email \*

Consenso  **Consentisci di usare i tuoi dati**

**Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)**

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

**[Il podcast che ti fa scoprire l'A.I. - La sfida e un futuro sostenibile, e con l'AI si può vincere. Con Michela Milano](#)**

La sostenibilità è uno degli argomenti che più tiene banco nel dibattito politico ed economico mondiale. Come sappiamo, la sostenibilità tratta ambiti molto complessi e variegati e presenta tre principali aree particolarmente problematiche strettamente connesse tra loro che sono: la società, l'economia e l'ambiente.

Gestire una *smart city*, una crisi pandemica come quella che stiamo vivendo, un'emergenza migratoria oppure ambientale legata ai cambiamenti climatici, come gli incendi di vaste aree o le grandinate ed i temporali particolarmente violenti, sono tutti ambiti nei quali i "decisori", siano essi politici, economici o di pubblica sicurezza, si trovano a gestire una grandissima quantità di dati. E quando si parla di dati, l'Intelligenza Artificiale può sicuramente venirci in aiuto.



Come sappiamo, una delle migliori capacità delle A.I. è quella di estrapolare "**modelli**" da una grande quantità di dati grezzi. Questi modelli sono principalmente di tre tipi: **descrittivi**, **predittivi** e **decisionali**.

### **È facile capire le caratteristiche di ciascun modello.**

Quelli **descrittivi** sono quei modelli che "descrivono" la realtà sulla quale si vuole riflettere.

Quelli **predittivi** sono invece quei modelli che cercano, dagli stessi dati, di estrapolare delle ipotesi e degli scenari futuri quanto più accurati possibile.

Infine quelli **decisionali** sono quelli che in base ai dati forniti dai modelli predittivi cercano di orientare e "supportare" le decisioni degli operatori umani. Decisioni che grazie all'A.I. saranno "informate" e quindi con molta probabilità quelle più sicure.

I sistemi maggiormente utilizzati in questi specifici ambiti e che si sono dimostrati i più adatti e con le performance migliori sono quelli di **Machine Learning**.

I sistemi di A.I. si sono rivelati particolarmente utili nel gestire al meglio situazioni di crisi, proprio in virtù del fatto che le decisioni che prendono sono sempre le più razionali possibile, mentre gli esseri umani, quando si trovano a gestire situazioni al limite, spesso assumono comportamenti irrazionali o, peggio, si fanno prendere dal panico.

Ci sono alcuni ambiti però dove le A.I. sono ancora indietro, una su tutte è la questione "**etica**", anche se in questo campo si sta lavorando molto per superare il gap. La questione etica per le A.I. è di stringente attualità, vista, ad esempio, la sempre maggior diffusione delle auto a guida autonoma.



**Chela Milano**, docente all'Università di Bologna e Direttrice Centro Interdipartimentale Alma Mater Research Institute for Human-Centered Artificial Intelligence.

### **Le domande in questo campo di studi sono molteplici:**

Se una macchina a guida autonoma investe una persona e ne causa il ferimento o peggio la morte chi è responsabile?

L'Intelligenza artificiale, l'azienda costruttrice di quella tecnologia, o il conducente che si è fidato della sua auto a guida autonoma?

In caso di un pericolo su strada noi umani, con i nostri tempi di reazione, ci affidiamo all'istinto, ma le A.I., con la loro mostruosa capacità di elaborare migliaia di dati in pochi secondi, nelle stesse condizioni, sono in grado di prendere una decisione "ragionata", che però potrebbe essere carente proprio dal punto di vista etico.

Interessante a questo proposito è l'esperimento della "[Moral Machine](#)", messo a punto dai ricercatori dello **Scalable Cooperation Group** del **MIT Media Lab**, una piattaforma online per la raccolta di dati su larga scala, che nell'arco di 2 anni ha raccolto quasi 40 milioni di risposte di tipo etico in tutto il mondo per provare a rispondere alla domanda:

### **Le auto intelligenti sanno compiere delle scelte morali?**

La prima sorprendente risposta a questo esperimento è stata quella che ha messo in evidenza che non esistono "principi" morali ed "etici" condivisi in tutto il mondo e che le A.I. che vengono create, programmate e addestrate in particolari contesti geografici e culturali risentono appunto di queste variabili.

Di questo e di molto altro si parla nell'ultimo episodio del podcast "Alla scoperta dell'Intelligenza Artificiale", ideato e promosso dall'[Associazione Italiana per l'Intelligenza Artificiale](#) (AIxIA) e [Radio IT](#) (il primo podcast network italiano sull'information technology) che vede il solito **Igor Principe**, giornalista di **Radio IT**, dialogare con [Michela Milano](#), docente all'Università di Bologna e Direttrice Centro Interdipartimentale Alma Mater Research Institute for Human-Centered Artificial Intelligence.

Sostenibilità, etica ed intelligenza artificiale al centro del 12° ed ultimo episodio del podcast "**Alla scoperta dell'Intelligenza Artificiale**", che nell'ultimo anno ci ha permesso di approfondire molti ambiti dell'A.I. che sembrano riguardare il nostro futuro ed invece sono già il nostro presente.

### **Buon Ascolto!**

*Ti è piaciuto? Cosa ne pensi? Faccelo sapere nei commenti. Rispondiamo sempre.*

**Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.**



**Nome**

**Cognome**

**Email \***

**Consenso**  **Consentisci di usare i tuoi dati**

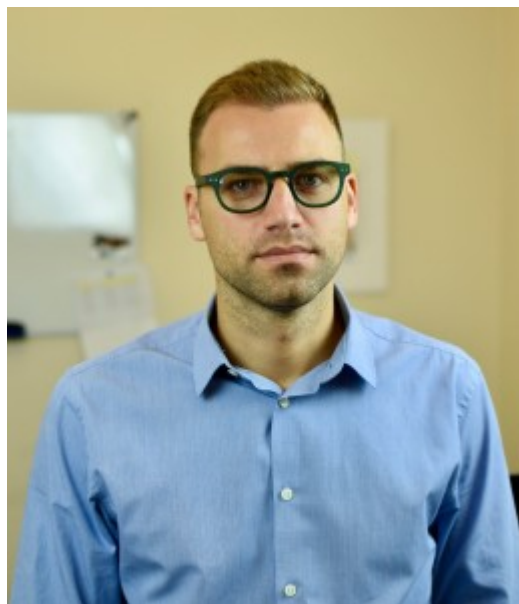
**Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)**

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

## Le 4 virtù cardinali del Marketing - L'editoriale di Ivan Zorico

Nell'era della tecnica, degli automatismi e della velocità, c'è sempre meno spazio per il pensiero, il metodo e la strategia.



**Siamo affascinati dal tutto e subito**, dalle incredibili potenzialità dell'ultimo tool, dai progressi dell'intelligenza artificiale nel campo del marketing, dal raggiungere velocemente migliaia di persone, **dal contare il numero di follower**, dal nuovo video virale, e così via.

Tutta questa disponibilità di strumenti, e la voglia di arrivare per primi (o anche solo di bruciare le tappe), spesso ci fa dimenticare una regola abbastanza semplice, ed anche per questo molto sottovalutata: **senza una vera conoscenza della materia, difficilmente riusciremo a raggiungere quello che ci siamo prefissati** (e soprattutto confermarlo nel tempo). Uno strumento, per quanto performante che sia, agisce sempre secondo le indicazioni che riceve. **La mano fa quello che le dice il cervello, non viceversa**. Per dirla in altri termini, *“La potenza è nulla senza il controllo”*.

**Prendendo in prestito un'espressione calcistica, potremmo dire che bisogna (ri)partire dai fondamentali.**

Se guardiamo i casi di successo, se li analizziamo in profondità e non ci facciamo abbagliare da quello che fa più luce - il successo stesso -, ci accorgeremo che dietro c'è **sempre uno studio, un disegno, un lavoro**. Poi certo, oggi disponiamo di strumenti in grado di amplificare (se usati correttamente) in tempi abbastanza brevi la portata delle nostre azioni, ma non dobbiamo commettere l'errore di scambiare l'effetto con la causa.

[Scopri il nuovo numero: “Le 4 Virtù cardinali del](#)

## Marketing”

*Pazienza, Perseveranza, Sostenibilità e Gentilezza, sono le 4 virtù cardinali del marketing che vi proponiamo. In un mondo dominato dalla tecnica e dalla velocità, queste virtù ci permettono di non sbagliare la rotta (o magari di ritrovarla se smarrita) e di indirizzare correttamente le nostre azioni.*

**Mi rendo conto che, nel tempo in cui viviamo, c'è sempre meno spazio per la preparazione e l'attesa.** Proprio per questo motivo credo sia giusto prendersi del tempo per ritracciare le coordinate e individuare dei punti - o virtù - cardinali in grado di guidarci in questo mare magnum informativo e di stimoli continui.

I punti cardinali sono principalmente quattro, e al pari delle più alte virtù, sono **direzioni e pilastri da tenere sempre a mente per non sbagliare la rotta** (o magari per ritrovarla se smarrita) e per indirizzare correttamente le nostre azioni.

**Pazienza, Perseveranza, Sostenibilità e Gentilezza, sono le nostre 4 virtù cardinali del marketing.**

### Pazienza

La **pazienza** viene spesso confusa con l'attesa inattiva dell'ineluttabile. Ossia una virtù all'apparenza non proprio positiva perché in qualche modo riconduce ad un altro concetto, quello della passività. Se fosse così, o se la intendessi così, di certo non l'avrei inserita tra le virtù a cui tendere. Ben altro è il senso da cogliere. **Affinché un progetto cresca, sia esso di natura personale o professionale, ha bisogno di tempo.** Questo aspetto dobbiamo averlo sempre presente. Sviluppare la virtù della pazienza, ci permetterà di fissare degli obiettivi e di avere la capacità di portarli avanti nel tempo. Quante volte hai lasciato perdere troppo in fretta un progetto perché quello che volevi richiedeva più tempo di quanto pensavi o, meglio, di quanto eri disposto a sopportare? Come vedi la pazienza non è sinonimo di passività, ma di azione ponderata.

### Perseveranza

Agganciata alla pazienza, c'è un'altra virtù troppo spesso bistrattata: la **perseveranza**. Perseverare non è affascinante (come la pazienza) e non crea titoli di giornale. Hai mai visto un titolo del genere: "Grande successo ottenuto dopo dieci anni di lavoro costante"? Molto più facilmente avrai visto questo: "Grande successo ottenuto in soli sei mesi". **È proprio nella perseveranza che si trova invece la chiave per raggiungere i propri obiettivi.** Poniamo il caso che vuoi scrivere un libro per poi magari pubblicarlo in self-publishing e promuoverlo sulle varie piattaforme social. Scrivere 200/300 pagine non è cosa semplice: come puoi riuscirci? Ecco, perseverare significa mettersi ogni giorno a scrivere un certo quantitativo di pagine. Anche se non ne hai voglia, anche se quel giorno non sei ispirato. Se l'obiettivo è chiaro - scrivere un libro - è con la perseveranza che sarai in grado di farlo.

### Sostenibilità

Se c'è un tema che ci porteremo avanti a lungo, certamente sarà quello della sostenibilità. **Una sostenibilità non solo legata alla cura dell'ambiente, ma ampliabile a tutta una serie di**



**altre situazioni.** La nostra società sta cambiando e le spinte di rinnovamento arrivano da più parti. Oggi le persone pretendono prese di posizioni forti da parte delle aziende. Il marketing e la comunicazione sono chiamati ad un cambio di passo vero. I maggiori brand lo hanno capito, e sembrerebbe anche le istituzioni. Non si può più pensare di continuare a perpetrare logiche passate: dalla realizzazione del prodotto allo scaffale, passando per la sua promozione. **Tutto deve essere rivisto secondo un approccio sostenibile** (e aggiungerei anche etico). Se vuoi fare la differenza nei prossimi anni, non puoi prescindere da tutto questo.

## Gentilezza

Al pari della pazienza, anche la gentilezza non sempre ha goduto di ottimi favori. Diciamoci la verità: preferiamo essere considerati forti piuttosto che gentili. Una persona gentile spesso viene definita buona, se non addirittura buonista (nel suo senso più negativo). Nulla di più sbagliato. **Dal mio punto di vista, una persona gentile è una persona sicura di sé**, che non ha bisogno di alzare la voce perché crede in quel che dice ed è anche una persona capace di creare un clima disteso e collaborativo intorno a sé. E, tra parentesi, se anche fosse buona, o buonista, non ci vedrei nulla di male, anzi. In un ambiente dove viene promosso questo approccio (che per essere efficace deve essere vero e non soltanto fintamente riprodotto), le idee affiorano ed il confronto attivo diventa di uso comune. In un mondo sempre più inondato dai dati, sarà proprio la capacità di discernarli a fare la differenza. **La componente umana quindi risulterà, quasi contro intuitivamente, oltremodo centrale.** Se poi riportiamo la gentilezza più propriamente al marketing e alla comunicazione, ti chiedo... cosa preferisci: una azienda/professionista che strilla e che cerca di convincerti a tutti i costi, o una azienda/professionista capace di parlarti e che cerca di persuaderti della bontà della sua soluzione? Credo già di conoscere la risposta...

*Prima di salutarci, permettetemi una piccola nota: se non ve ne siete accorti questo è il nostro 84esimo numero in pubblicazione: abbiamo terminato il settimo anno di pubblicazione e Smart Marketing sta per entrare nel suo ottavo anno di vita. Per restare in tema con l'argomento del mese, essere arrivati sin qui è un reale piccolo segno di pazienza e perseveranza. Ma anche di sostenibilità ed etica: abbiamo sempre lavorato applicando rigorosamente le regole giornalistiche, anche in un periodo in cui le fake news e il clickbait sono ampiamente utilizzati per fare "numeri", a tutti i livelli. E, infine, è un esempio di gentilezza: non alziamo mai i toni nei nostri contenuti e cerchiamo di spiegare ed approfondire con un linguaggio semplice (ma non banale) temi anche complessi. Spero che tutto questo sia visibile, ma soprattutto apprezzato da ognuno di voi. In tal caso, lasciami un commento...te ne sarei grato.*

[Buona lettura,](#)

Ivan Zorico

**Ti è piaciuto? Hai qualche considerazione in merito? Fammelo sapere nei commenti. Rispondo sempre.**

**Se vuoi rimanere in contatto con me questo è il link giusto: [www.linkedin.com/in/ivanzorico](http://www.linkedin.com/in/ivanzorico)**

**Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.**



Nome

Cognome

Email \*

Consenso  **Consentisci di usare i tuoi dati**

**Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)**

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

## **[La pandemia ha cambiato la nostra vita, ma anche la nostra casa. Intervista ad Alessandro Milan.](#)**

Conosco Alessandro da quando avevamo 14 anni e passavamo le estati in spiaggia a Lignano, lui era già all'epoca un visionario e tutti sapevamo che avrebbe fatto molta strada. E così è stato. Laureato in architettura è entrato in una di quelle multinazionali che hanno cambiato il modo di concepire il design, la casa, l'abitare e ci è rimasto per quasi 12 anni diventando un punto di riferimento per il suo team.

Voglio raccontarvi la sua storia perché parla di impegno, di sogni, di forza di volontà e di follia. Sì perché è surreale come in pieno lockdown e con la certezza del posto fisso d'oro, Alessandro abbia deciso di mollare tutto, di dare un taglio netto ai privilegi e di rimettersi in gioco, ancora, alla soglia dei 40 anni.

Ma **la sua storia non parla solo di Alessandro, parla di tutti noi**, delle nostre vite cambiate dopo il Covid-19 e delle nostre abitudini, delle nostre case, del design che cambia e si evolve e delle esigenze che oggi viviamo.

**Ciao Alessandro, la tua storia mi ha colpito molto, perché da manager di successo di una nota multinazionale dell'arredamento, hai deciso, in pieno lockdown di rincorrere il tuo sogno di interior designer come libero professionista. Dove hai trovato il coraggio e qual è stato il tuo punto di svolta?**

*Penso che anche io come un po' tutti noi durante il Lockdown ho avuto molto tempo per osservare la mia vita senza alcun filtro.*

*Intendo dire che specie nel primo periodo in cui non lavoravo, dovevo semplicemente attendere, ho iniziato un processo di autoanalisi inconsapevole che poi man mano che il tempo passava è venuta sempre più a galla la domanda delle domande: ma io, sono felice di come spendo il mio tempo? Ed è così che nonostante abbia ricevuto molte bellissime soddisfazioni dal mio lavoro mi sono accorto che ormai era un vestito che mi andava stretto o forse, stavo ormai vivendo il sogno di qualcun altro. E così con una bella dose di coraggio (o incoscienza), non senza aver fatto mille liste di pro e contro ho deciso di tornare a fare ciò che è sempre stata la mia più grande passione e anche da dove la mia carriera iniziò, ovvero tornare ad essere un Interior Designer. Sono consapevole del fatto che questi anni da manager mi hanno dato tantissimo in termini di leadership e amavo tantissimo lavorare con le persone ma ecco, se vogliamo sintetizzare mi sono accorto che "facevo" il manager ma "sono" un interior designer quindi se vuoi ho scelto la strada più facile, quella in discesa, quella che mi consentiva di essere fedele a me stesso. E poi come si dice, se il tuo lavoro è la tua passione non lavorerai mai un giorno nella tua vita!*

## **Scopri il nuovo numero: "Le 4 Virtù cardinali del Marketing"**

*Pazienza, Perseveranza, Sostenibilità e Gentilezza, sono le 4 virtù cardinali del marketing che vi proponiamo. In un mondo dominato dalla tecnica e dalla velocità, queste virtù ci permettono di non sbagliare la rotta (o magari di ritrovarla se smarrita) e di indirizzare correttamente le nostre azioni.*

**Sei un architetto e un interior designer molto attento ai bisogni dell'uomo e ai trend sociali, come sono cambiati con la pandemia?**

*Ti svelerò un segreto, i nostri bisogni sono sempre gli stessi ma è quando interviene un cambiamento in come li percepiamo che nasce un trend.*

*Prendi ad esempio lo smart working, i bisogni intorno alla postazione di lavoro sono universali come l'ergonomia, la corretta illuminazione ma quando questi bisogni sono stati trasferiti a casa allora è nato il trend, ovvero il bisogno di una soluzione per far coesistere la dimensione domestica con quella del lavoro ed è così che ci servono soluzioni smart per trasformare il tinello in un Coworking che poi possa tornare ad essere accogliente per la cena. Un'altra funzione che prima svolgevamo al di fuori dalla misura domestica era allenarci mentre adesso molte sono le persone che nella libreria o all'ingresso hanno riservato un ripiano al tappetino da yoga e ad una kettlebell.*

*Insomma un po' tutti abbiamo analizzato le nostre case perché ora sono davvero il luogo in cui si svolge la nostra vita e ci siamo accorti che volevamo cambiare il tessile alle finestre o che la cucina non era poi così funzionale, che l'armadio era piccolo o che improvvisamente non sopportavamo più avere le scarpe in giro per casa quindi stiamo tutti cercando piccole soluzioni per migliorare il nostro quotidiano.*

*C'è stata poi un'esplosione delle attività lente da svolgere in casa come fare il pane e lavorare a*

maglia. Queste sono attività che portano con sé dei bisogni specifici dai barattoli ermetici per il lievito madre fino alle lampade a luce puntuale per non perdere il filo mentre si sferruzza sul divano. Se analizziamo questi trend uniti al fatto che negli ultimi decenni ci siamo spinti vivere più verso i centri cittadini notiamo quindi che le case mediamente si sono rimpicciolite quindi la polifunzionalità è essenziale. Insomma c'è bisogno di soluzioni che sappiano essere flessibili perché la vita è fluida e così deve essere la nostra casa.

### **In questo contesto come si posiziona l'arredo sostenibile?**

L'arredo sostenibile è passato dall'essere qualcosa di nicchia ad essere una condizione necessaria credo. Molti sono i fattori che ci hanno fatto prendere consapevolezza di questo tema ed oggi è una caratteristica imprescindibile. Lo possiamo riassumere in tre macro categorie. I materiali sostenibili, i prodotti zero waste e le filiere controllate. Nell'ambito dei materiali sostenibili ci sono delle evoluzioni meravigliose: dalle ante laminate con materiale riciclato al legno proveniente da coltivazioni sostenibili fino ai tessuti tinti con solo colorante naturale, e questo non vuol dire certo accontentarsi di cose beige, la natura è sorprendente! I prodotti zero waste sono di alta qualità e hanno una resa molto vantaggiosa ad esempio esistono dei detersivi solidi per le stoviglie che comperandoli ci assicuriamo di sostenere delle filiere completamente senza plastica, per non parlare delle ormai onnipresenti bottigliette termiche per l'acqua che sono diventate un mezzo anche il quale ci si esprime un po' come 20 anni fa con le cover dei telefoni. Nelle filiere controllate rientra ad esempio tutta quell'industria tessile che si sta impegnando a ridurre la sua impronta ambientale usando meno acqua o i produttori di arredi che usano solo legno certificato plastiche riciclate.

### **Sul tuo profilo Instagram @moltofermento racconti il tuo nuovo mondo fatto di lavori, di ispirazioni, di tendenze. Ho notato una caratteristica che ti contraddistingue: i piumaggi, ce la spieghi?**

Come dicevo la natura può essere sorprendente e secondo me il luogo in cui svela tutta la sua maestria per creare delle palette è nel piumaggio degli uccelli. Da bambino abitavo vicino ad un giardino zoologico e ricordo che passavo le ore a guardare i pappagalli e gli altri uccelli esotici, li trovavo commoventi per quanto fossero belli.

Così quando mi sono trovato per lavoro a dover creare delle palette colore, per me ispirarmi alla gru coronata, al Parrocchetto you you o all'Anatra Mandarinina era la cosa più naturale da fare, non sono mai stato un grande fan del total white e dei luoghi azzurri e minimal, credo nelle case vere ed uniche dove ci si senta bene, e il colore in questo ha un ruolo fondamentale anche se è concentrato magari anche solo in una parete che fa da punto focale.

Spesso per creare delle palette efficaci campiono quindi i colori presenti nei piumaggi e da lì creo poi il moodboard. Ricordo un salotto pazzesco progettato partendo dal piumaggio di un fagiano dorato, o la camera da letto super romantica di una bambina per la quale mi sono ispirato al piumaggio del Cacatua delle Molucche.

### **Ci regali 3 consigli per vivere le nostre case in modo positivo e sereno durante la quarantena?**

Siate organizzati: nulla è più stressante del disordine trovate il tempo non solo per stabilire l'ordine ma a trovare soluzioni che vi aiutino a mantenerlo.

*Coltivate degli hobby lenti: che sia lavorare a maglia, coltivare bonsai o realizzare kokedama, fate qualcosa che vi porti verso il compimento di un progetto. La riuscita è un grande vettore di felicità, il tempo lo potrete trovare sottraendo qualche minuto al giorno all'iperconnessione che sicuramente in questo periodo abbiamo sviluppato.*

*Quando siete in smart working fate attenzione a non posizionarvi con le spalle alla finestra, il riflesso sullo schermo stressa la vista.*



### **Alessandro Milan**

*Architetto votato all'Interior Design si laurea a Venezia, dopo un' esperienza in azienda come Direttore Creativo in ambito Retail Design decide di aprire il suo studio a Milano,*

*Appassionato e alla costante ricerca di nuovi trend ama captare i cambiamenti sociali che cambiano i bisogni nel vivere la casa. Ama viaggiare e guardare alla natura come fonti di ispirazione inesauribile perché la creatività è un fuoco che va alimentato costantemente.*

*La sua missione è di rendere uno spazio vuoto la vostra casa, uno spazio super personalizzato cucito attorno alla vostra vita e alle cose che amate, che possa essere il posto felice in cui tornare.*

**Ti è piaciuto? Cosa ne pensi? Faccelo sapere nei commenti. Rispondiamo sempre.**

**Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.**



**Nome**

**Cognome**

Email \*

Consenso  **Consentisci di usare i tuoi dati**

**Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)**

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

## [Il recovery fund a sostegno della sostenibilità](#)

Dopo il termine “**lockdown**” la parola chiave del momento è certamente “**Recovery Fund**”: la chiusura dei mesi scorsi ha avuto un forte impatto su tutti noi, psicologicamente ma anche economicamente, tanto che gli aiuti erogati dai governi a sostegno dei cittadini hanno portato ad un innalzamento del livello di indebitamento di tutti i paesi membri dell’Unione Europea. Con il concetto di Recovery Fund, l’Europa mette a disposizione degli stati membri **circa 750 miliardi di euro**, e di quelli destinati al nostro Paese, **una buona parte sarà utilizzata a favore della sostenibilità**.

“Il 37% delle risorse assegnate all’Italia devono andare al green con un concetto trasversale di sostenibilità” ha segnalato il Ministro dell’Ambiente Sergio Costa, in audizione presso la Commissione Ambiente della Camera, “la sostenibilità ambientale, nelle intenzioni delle istituzioni comunitarie non è soltanto un cluster, ma un criterio trasversale di valutazione, attraverso cui è fondamentale valutare l’impatto degli altri progetti”. **L’Unione Europea ha sottolineato che un investimento è definibile green se migliora un indicatore verde**, come ad esempio l’impronta idrica, l’impronta di carbonio, le emissioni inquinanti, il grado di circolarità dei prodotti, la quota di energia rinnovabile, senza andare a ledere gli altri indicatori.

### [Scopri il nuovo numero: Recovery round](#)

*Quella che stiamo vivendo è una partita - un round - tra le più difficili che abbiamo mai vissuto sotto tutti i punti di vista: economico, sanitario e sociale. In questo contesto i progetti relativi ai fondi europei del recovery fund potranno e dovranno essere un volano di crescita e di rinnovato benessere.*

Il sostegno alla sostenibilità imprenditoriale è un elemento imprescindibile nel mercato globale contemporaneo, **le politiche del marketing sono rivolte verso un atteggiamento di responsabilità, basilare per i consumatori e per i governi**. Creare un ambiente favorevole all’innovazione, l’inclusività sociale su scala globale al fine di ridurre le disuguaglianze che impediscono agli attori di partecipare alla vita economica e sociale del paese, e la parità di genere,

sono i pilastri dell'idea europea, sottolineati anche in occasione degli incontri relativi alla gestione dell'economia di questo difficile periodo.

## **In occasione di Festambiente tenutasi dal 19 al 23 agosto, la Legambiente ha lanciato le proposte per un uso funzionale alla sostenibilità delle risorse del Recovery Fund:**

- Lotta alla crisi climatica con progetti di efficienza energetica, tra i quali l'incentivazione al fotovoltaico e l'aumento delle piste ciclabili
- Realizzare un'economia circolare incentivando gli impianti di riciclo e smaltimento di rifiuti, che oggi vengono ancora, in parte, inviati all'estero
- Innovazione industriale che consenta di produrre con fonti rinnovabili
- Sviluppo dell'agroecologia, realizzata riducendo l'utilizzo di sostanze chimiche e la plastica, sensibilizzando ad un consumo idrico responsabile, ottimizzando i trasporti e valorizzando il biologico
- Istituire maggiori aree verdi protette, come parchi, riserve e foreste urbane
- Promuovere un turismo sostenibile
- Lotta all'illegalità ambientale finanziando le attività dell'Arpa a tutela di un ambiente sano e vivibile
- Incentivazione allo sviluppo della banda larga, il Covid-19 ha infatti lasciato emergere l'importanza del lavoro e della scuola online e per tale ragione è necessario colmare l'eventuale gap tecnologico. L'attenzione nello sviluppo alla banda larga si concentra anche sull'emissione dei valori del campo elettrico fissato a 6V/m, livello al quale l'inquinamento elettromagnetico non evidenzia possibilità di danni negativi sulla salute
- Green Public Procurement, ossia favorire l'utilizzo di strumenti finanziari etici come Green Bond e Social Impact Bond
- Realizzazione di opere pubbliche, l'Italia ha in programma 170 opere tra messa in sicurezza di infrastrutture, bonifiche e trasporti.

***Ti è piaciuto? Cosa ne pensi? Faccelo sapere nei commenti. Rispondiamo sempre.***

***Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.***



**Nome**

**Cognome**

**Email \***

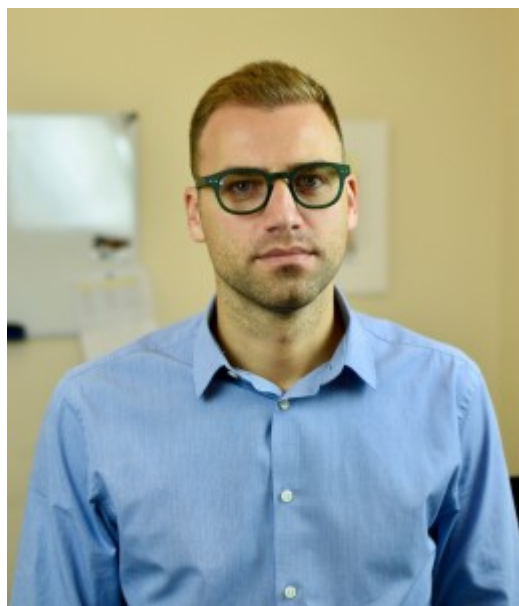
**Consenso**  **Consentisci di usare i tuoi dati**

***Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)***

---

## [#ripartItalia - L'editoriale di Ivan Zorico](#)

Come stai?



Dimmi un po' di te, come stai? No, non rispondere frettolosamente con un "ma sì dai, bene"... dico davvero, come stai?

Mai come in questo momento storico c'è da chiederlo e chiederselo. C'è da ascoltare ed ascoltarsi.

Abbiamo vissuto un [lockdown duro, durissimo](#). Abbiamo fatto i conti con parole "nuove" come pandemia, [infodemia](#), [smart working](#), ma anche [con quelle perdute](#). Abbiamo purtroppo fatto letteralmente i conti (e non è ancora finita) delle persone contagiate e di quelle che non ce l'hanno fatta. Abbiamo visto immagini che non vorremmo più rivedere (cfr. i furgoni dell'esercito che trasportavano le bare) e abbiamo dovuto ascoltare anche le [tesi dei complottisti](#). Abbiamo vissuto [un'estate diversa dal solito, per quanto mi riguarda non meno bella](#), ma certamente diversa.

### **E ora? Ora ci sentiamo intimamente frastornati.**

Da un lato c'è la spinta della società verso un ritorno alla normalità (quale normalità?) e dall'altro ci siamo noi che cerchiamo di rimettere insieme i pensieri, le emozioni ed anche le paure. Dovremmo essere razionali e freddi, quando invece siamo umani, ossia emotivi e istintivi. Non facile.

Si parla tanto delle conseguenze a livello sanitario ed economico di quello che è successo, meno di quelle che abbiamo vissuto e stiamo vivendo a livello psicologico. Forse ne prenderemo davvero coscienza tra qualche tempo. *Per cui, come stai?*



## Guardiamoci dentro.

La pandemia ancora in corso ed il lockdown appena passato hanno riscritto completamente molte delle nostre consuetudini ed hanno [accelerato processi che, se pur già in atto](#), erano ancora agli albori. Siamo stati catapultati dalla sera alla mattina in un nuovo mondo e dobbiamo riprendere le coordinate. **È giusto che sia così e non sentirti l'unico o in difficoltà per questo.** Prendiamoci il tempo per capire, senza farci troppo trascinare dal flusso. Attenzione, non rimanendoci fuori, ma cercando di avere la giusta posizione per osservare e valutare. Questo non è il momento delle decisioni avventate e neanche quello di stare completamente fermi; è **il tempo della consapevolezza e del lavoro interiore**. Lavorando su noi stessi saremo in grado di prepararci alle nuove sfide. Non solo dal punto di vista lavorativo, ma per certi versi anche da quello evolutivistico.

### [Scopri il nuovo numero: #ripartItalia](#)

*Mai come ora, in questo settembre 2020, un numero come #ripartItalia sembra utile e necessario perché, mai come adesso, in questo nefasto anno bisestile, abbiamo bisogno di fare il punto sulle cose, su noi stessi, sui nostri obiettivi e sulle nostre vite.*

## Guardiamo oltre.

Se ci segui ed hai imparato a conoscerci, sai che il nostro numero di settembre è sempre dedicato alle idee per far ripartire l'Italia, [#ripartItalia appunto](#).

Non un numero alto o sui massimi sistemi, ma un numero con un obiettivo specifico. Ecco quello che scrivevo nell'editoriale del settembre 2014:

*Questo numero di Smart Marketing (#ripartItalia) è dedicato proprio a loro. A tutte quelle persone che pensano che nel nostro Paese non ci sia più futuro. A tutte quelle persone che non hanno più la forza di credere in un cambio di rotta. A tutte quelle persone che, magari dopo averci provato più volte, hanno deciso di gettare la spugna.*

In quell'editoriale facevo riferimento all'alto numero di disoccupati in Italia e all'altrettanto alto (e se non più grave) numero di scoraggiati.

Da allora la situazione è molto cambiata, tutto ha preso una velocità enorme. Il **digitale e la rivoluzione tecnologia** sono ormai una ovvietà e non temi a cui si guardava come qualcosa di nuovo (per molti ahimè è ancora così), la [sostenibilità ha fatto presa sull'opinione pubblica](#) e quindi anche sul [mondo produttivo](#) e, ora, la **sanità** è diventata giustamente centrale, per non dire vitale.

Questi tre macro temi, uniti a quelli relativi alle **infrastrutture** e all'**istruzione e alla formazione**, saranno al centro degli investimenti basati sulle risorse messe a disposizione dal [recovery fund](#). Un'occasione unica per rilanciare davvero l'Italia ed il suo sistema economico-produttivo; un'occasione unica per aprire finalmente una nuova stagione di riforme e crescita. Saranno quindi questi i settori che più cresceranno nel prossimo futuro e che si spera riusciranno a trainare anche

tutti gli altri. In pratica, se vuoi un consiglio neanche troppo illuminato, strutturati per salire (anche in corsa) su uno di questi vagoni e per agganciare questo treno. Noi, da far nostro, ci prendiamo l'impegno di seguirli e di parlarne per tenerti aggiornato. *Per cui continua a seguirci.*

[Buona lettura,](#)

*Ivan Zorico*

***Ti è piaciuto? Hai qualche considerazione in merito? Fammelo sapere nei commenti. Rispondo sempre.***

***Se vuoi rimanere in contatto con me questo è il link giusto: [www.linkedin.com/in/ivanzorico](http://www.linkedin.com/in/ivanzorico)***

***Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.***



**Nome**

**Cognome**

**Email \***

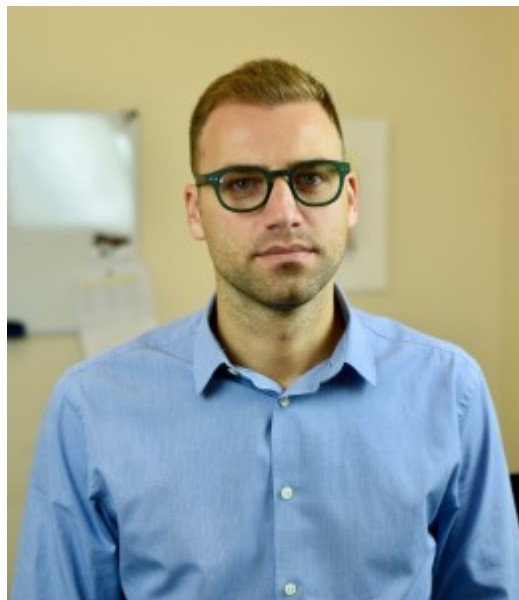
**Consenso**  **Consentisci di usare i tuoi dati**

***Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)***

---

**[Eco-Sistema - L'editoriale di Ivan Zorico](#)**

Se in questi mesi c'è stata una persona che senza dubbio è riuscita a catalizzare l'attenzione su di sé ed il suo messaggio quella è sicuramente **Greta Thunberg**. Per farlo non ha utilizzato particolari espedienti, bot per aumentare la visibilità sui social o tecniche segrete.



**Tutto ha inizio ad agosto dell'anno scorso** quando decise di saltare la scuola per dirigersi dinanzi al parlamento svedese con un cartello che indicava il perché fosse lì - "*Skolstrejk för klimatet*", ossia "*sciopero scolastico per il clima*" in svedese - e un po' di materiale informativo che distribuiva a passanti distratti e, almeno in una primissima fase, poco attenti alle sue istanze.

**A settembre**, per la precisione dopo le elezioni svedesi del 9 settembre, **Greta** inizia a scioperare solo nella giornata di venerdì e sempre dinanzi al parlamento svedese: da questa scelta nascono i **FridaysForFuture**.

L'attenzione sull'attivista svedese, ed il suo **messaggio in difesa del clima e dell'ambiente**, cresce a macchia d'olio: dapprima i media locali, poi i media internazionali e i social network.

*Se all'inizio ho detto che la sua popolarità è cresciuta senza particolari tecniche mi vedo costretto a contraddirmi. La Thunberg, forse inconsapevolmente, è riuscita a farsi conoscere attraverso la tecnica di marketing più efficace di sempre: il passaparola.*

Il momento più alto è stato senza dubbio il **discorso tenuto a dicembre nella Conferenza sul Clima COP24 a Katowice**. In quell'occasione, dinanzi ad una platea che di certo non si aspettava un intervento del genere, **Greta Thunberg** è riuscita a far passare un messaggio limpido e semplice: [...] "*Voi parlate solo di una infinita crescita della green economy, perché avete troppa paura di essere impopolari. Parlate solo di andare avanti con le stesse idee sbagliate che ci hanno messo in questo casino, anche quando l'unica cosa sensata da fare è tirare il freno di emergenza. Non siete abbastanza maturi per dire le cose come stanno, anche questo fardello lo lasciate a noi bambini. [...] A me, invece, non importa di risultare impopolare, mi importa della giustizia climatica e del pianeta. Siamo qui per farvi sapere che il cambiamento sta arrivando, vi piaccia o meno*".

*Per approfondire*

- [\*\*Leggi il numero dedicato all'ambiente e allo sviluppo sostenibile: "Eco-Sistema"\*\*](#)

Attraverso questo suo modo di comunicare ed esprimere le proprie idee è riuscita a **creare una relazione con milioni di persone in tutto il mondo che hanno sposato, diffuso e amplificato il suo messaggio** tanto da portare i temi dell'ambiente e della sostenibilità all'interno del dibattito pubblico e politico. Non a caso, in quest'ultima tornata elettorale europea, il partito dei Verdi ha ottenuto il miglior risultato della sua storia (69 seggi al parlamento europeo).

Ad onor del vero, oltre ai tanti attestati di stima, la Thunberg è stata (e lo è tutt'ora) anche oggetto di scherno, derisione e attacchi più o meno frontali, volti a delegittimare lei e, di conseguenza, il suo messaggio. Ma questa è un'altra (brutta) storia.

**Clima, ambiente e sviluppo sostenibile sono quindi diventate le parole cardini di questo periodo. E non lo so sono diventate di certo per moda, ma per "interesse".**

*Mi spiego.* Se milioni di persone sposano una causa, se milioni di persone si riconoscono in determinati valori e se milioni di persone fanno sentire la propria voce, questo **vuol dire avere a che fare con un gruppo di persone (cfr. milioni di persone) che influenzano attraverso le loro scelte (di portafoglio) business tradizionali** e danno origine a nuovi stili di vita.

*oggi Le rivoluzioni si fanno all'interno del "carrello della spesa".*

Insomma si è determinato un interesse, ed un mercato, attorno a quello che viene comunemente definito "**sviluppo sostenibile**". Certamente non possiamo dire che sia un qualcosa che nasce in quest'ultimo periodo ma indubbiamente questo sembra essere il periodo della maturità, della consapevolezza.

*Per sviluppo sostenibile si intende promuovere la crescita economica, aumentare la produttività e creare nuovi posti di lavoro attraverso una efficienza dei consumi delle risorse del mondo e senza recare danno all'ambiente.*

Ed è anche per via di questa consapevolezza e di questo mercato maturo di persone (cfr. consumatori) che molte aziende stanno cambiando il loro modello di business puntando sulla sostenibilità. Cambiamento che, ovviamente, è oggetto di **massicce campagne di comunicazione offline e online.**

Vi sarà infatti capitato di imbattervi in newsletter, articoli, post e sezioni dedicate all'interno dei siti internet istituzionali, pensate appunto per **comunicare come la tal azienda intenda operare in maniera sostenibile.**

Una **comunicazione integrata** volta a parlare proprio a quella popolazione di consumatori attenti a queste tematiche e disposti anche a spendere qualcosa in più dello standard per poter fruire di prodotti che non danneggiano l'ambiente.

Attenzione però al fenomeno del **greenwashing**, ossia quell'espedito comunicativo volto a dare un'immagine "green" dell'azienda o dell'istituzione di turno senza che vi sia un reale processo di crescita sostenibile.

**Si creerebbe il cosiddetto effetto boomerang.** Perché così come questi consumatori sono disposti a spendere anche una cifra superiore per acquistare un prodotto che rispetti certi standard di qualità, sono al contempo capaci di affossare quelle aziende ritenute “infedeli” rispetto a quanto dichiarato. In una situazione come quella descritta, il rischio reputazionale sarebbe dietro l’angolo con danni (economici) difficilmente stimabili.

[Buona lettura.](#)

Ivan Zorico

***Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.***

***Stai tranquillo, anche noi odiamo lo spam!  
Da noi riceverai SOLO UNA EMAIL AL MESE, in concomitanza con  
l’uscita del nuovo numero del mensile.***

**Nome**

**Cognome**

**Email \***

**Consenso**  **Consentisci di usare i tuoi dati**

***Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)***

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

## **[La moda, uno dei driver della Circular Economy.](#)**

Oggi **l’economia circolare o Circular Economy** è un tema imprescindibile per aziende e istituzioni, dato il continuo fabbisogno di materie prime che si trasformano in una quantità di rifiuti che continua ad aumentare, con tutte le problematiche e i rischi per la salute che ne derivano.

Nel mondo di oggi aziende, governi e istituzioni devono confrontarsi sul tema, come affermato da James Pennington al [World Economic Forum](#), per agevolare quei brand più propensi ad innovare e adottare policy di sostenibilità, tra cui l’adesione a iniziative di **Circular Economy**.

Ad una sempre minore disponibilità di risorse si contrappone, infatti, una crescente domanda di beni e servizi e si stima che entreranno sul mercato **3 miliardi di nuovi consumatori entro il 2030**. In

questo contesto in Europa, già nel 2015, è stato avviato il [pacchetto sulla circular economy](#), ovvero azioni e misure relative al ciclo di vita del prodotto e di cui la gestione dei rifiuti è solo una piccola parte.

Per quanto riguarda, invece, l'Italia abbiamo l'emissione, sempre nel 2015, del Collegato Ambientale alla Legge n.221/2015, che afferma l'importanza degli obiettivi di sviluppo sostenibile. Come si inseriscono quindi i brand e le aziende della moda nel nuovo modo di intendere l'economia e, in particolare, nei modelli di Circular Economy?

## La moda e la circular economy

In Italia il settore della moda ha, oggi, un peso rilevante dato che esporta prodotti di alta qualità, caratterizzati dalla **specializzazione sul lusso e dalla produzione concentrata nei distretti**. Nell'ambito della moda i modelli di economia circolare aprono prospettive interessanti, che vanno ben oltre la sostenibilità, dato che la circular economy porta alle aziende anche vantaggi finanziari. In particolare, gli attuali modelli di economia circolare **umentano la redditività di chi opera nel settore della moda** e il **rating delle aziende** che hanno certificazioni ambientali.

*Per approfondire*

- [Leggi il numero dedicato all'ambiente e allo sviluppo sostenibile: "Eco-Sistema"](#)

Pensiamo anche alle **opportunità di mercato per start up** come [Orange Fiber](#), che valorizza le materie prime seconde, ossia i rifiuti recuperati da trasformare in una nuova materia prima. In particolare Enrica Arena e Adriana Santanocito sono le due giovani imprenditrici siciliane che hanno trasformato gli scarti delle arance siciliane in una materia prima seconda da impiegare in ambito tessile.

Abbiamo anche il caso inverso, ovvero di scarti tessili diventati materia prima seconda per produrre materiali isolanti, come nel caso di [Manifattura Maiano](#) di Sara Casini. In generale, quindi, anche nella moda italiana la circular economy ha fatto il suo ingresso e comincia ad avere un ruolo da protagonista.

Allo stesso tempo, aziende, governi e istituzioni stanno **educando i consumatori di oggi e di domani** a consumare prodotti riciclati o ottenuti da materiali di scarto, dato che **ogni consumatore deve essere "investitore del proprio futuro"**. Creare una nuova generazione di clienti consapevoli delle loro scelte di acquisto e consumo è anche compito dei retailer, come sottolinea Cecilia Takayama di [Kering Group](#), che devono mettere il consumatore nella condizione di fare sempre un acquisto consapevole.

### I vantaggi dell'economia circolare per le aziende

Adottare un **modello di circular economy** permette alle aziende della moda di risparmiare, oltre a portare a notevoli benefici per l'ambiente. Innanzitutto il riutilizzo e il recupero delle risorse aiuta l'ambiente, ma soprattutto riduce i costi del trattamento e smaltimento di qualcosa che, se non riutilizzato come materia prima seconda, sarebbe un semplice rifiuto.

## Moda circolare: il progetto “The Time is Now”

Pochi sanno che la sola industria tessile consuma il 20% dell’acqua globale e genera il 10% delle emissioni di CO2, ponendosi al **secondo posto in termini di impatto ambientale** dopo il settore petrolifero. Non è tutto: solo negli ultimi 15 anni il consumo di fibre tessili mondiale ha registrato una crescita del 68%, di cui l’85% del totale finisce in discarica.

Ecco perché è stato avviato il [progetto “The Time is Now”](#) da parte del [Consorzio Detox](#) e [Greenpeace Italia](#) in collaborazione con l’Istituto Europeo di Design. Obiettivo è la promozione di un modello di produzione tessile in linea con la circular economy e la formazione dei futuri designer di moda, sensibilizzandoli sul tema della sostenibilità. 16 studenti dei corsi di Fashion Design e Fashion Stylist sono stati selezionati per creare in collaborazione con Greenpeace e il Consorzio Detox 5 capsule collection eco-friendly di moda maschile, che saranno presentate a Pitti Immagine Uomo il prossimo giugno.

Possiamo quindi dire che anche la moda italiana ha a cuore la sostenibilità ambientale, anche se far diventare la **circular economy** una norma piuttosto che un’eccezione è un processo ancora molto lungo.

***Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.***

***Stai tranquillo, anche noi odiamo lo spam!  
Da noi riceverai SOLO UNA EMAIL AL MESE, in concomitanza con l’uscita del nuovo numero del mensile.***

**Nome**

**Cognome**

**Email \***

**Consenso**  **Consentisci di usare i tuoi dati**

***Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)***

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

**[5 Startup green, sostenibili e made in Italy di cui andare fieri.](#)**

Di temi green, di ambiente e salvaguardia del pianeta oggi non se ne discute soltanto. Sono sempre più le startup, spesso lanciate da giovani, che combinano idee innovative e per certi versi rivoluzionarie con soluzioni sostenibili, che puntano a migliorare il mondo in cui viviamo da vari punti di vista, anche quelli più inaspettati. A ben guardare **molte di queste start-up nascono in Italia** e non sono altro che buone idee, alzate di ingegno che provengono da qualcuno che ha avuto il coraggio di osare, di puntare su un'idea che inizialmente poteva essere considerata folle, ma era soltanto innovativa. Ecco perchè molte idee nascono da una tesi di laurea o da un'intuizione venuta persino giocando online, da un'insight geniale, dalla capacità di **guardare il mondo e le sue potenzialità da una prospettiva diversa**.

Avreste mai pensato di indossare una maglia realizzata con gli scarti delle arance? Di utilizzare un ombretto che prende il suo colore dalle cipolle di tropea? O ancora di avere un vaso di design intelligente che vi ripulisca l'aria in casa? Avete mai immaginato di rendere Farmville reale? Forse no, o forse si...ma **c'è anche qualcuno che queste idee le ha realizzate, le ha sostenute, ha registrato i brevetti e le ha trasformate in realtà, aziende, community, esempi da seguire**. E sono tutte idee italiane, di cui dovremmo essere orgogliosi.

*Ecco qualche informazione in più.*

## **Orange Fiber: tessuti sostenibili realizzati con gli agrumi**

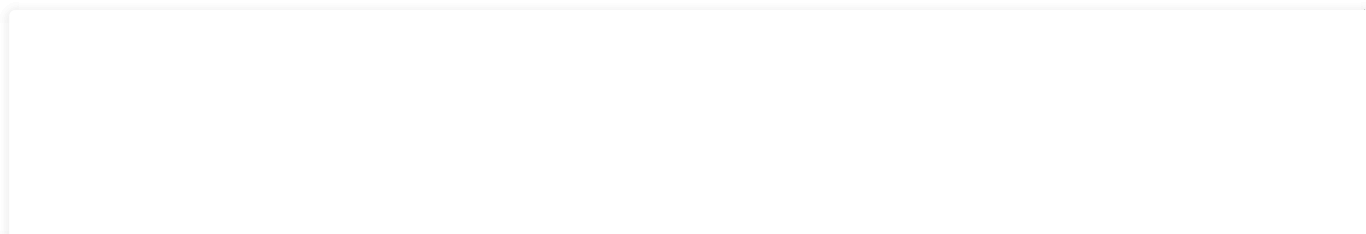
[Orange Fiber](#) è una start-up siciliana che crea tessuti sostenibili, realizzati con le bucce d'arancia. Il concept è davvero unico e ha permesso alle sue giovani ideatrici di vincere, nel 2015, il *Global Change Award*, ovvero il premio della Fondazione H&M per le idee più sostenibili. L'idea è di una studentessa siciliana di Fashion Design al Politecnico di Milano, balenata durante la preparazione della tesi su tessuti innovativi e sostenibili.

*Per approfondire*

- [Leggi il numero dedicato all'ambiente e allo sviluppo sostenibile: "Eco-Sistema"](#)

Per la realizzazione di questi tessuti vengono utilizzati centinaia di migliaia di tonnellate di sottoprodotto dell'industria agrumicola che altrimenti verrebbero buttate (con costi ulteriori). Orange fiber, invece, le trasforma in risorsa per il mondo della moda e dà vita a un tessuto innovativo e totalmente sostenibile, made in Italy, che si presta a qualunque utilizzo e soprattutto biodegradabile.

Una curiosità: all'interno della collezione *Conscious Exclusive 2019 di H&M*, realizzata solo con materiali riciclati e sostenibili, è possibile trovare un top in stile boho realizzato proprio con questo speciale tessuto di agrumi.





[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Orange Fiber (@orangefiberbrand) in data: 8 Apr 2019 alle ore 8:13 PDT

## **Pigmento: coloranti estratti dalla natura**

Un mix tra un'idea innovativa e un ritorno alle origini, [Pigmento](#) è un'azienda che crea dei coloranti naturali, ecologici, rispettando principi di sostenibilità sia ambientale che economica. Si tratta di coloranti naturali al 100% senza additivi o nulla di chimico. A differenza della maggior parte dei coloranti sintetici e chimici, spesso dannosi per la salute e per l'ambiente, i coloranti Pigmento vengono estratti da scarti agricoli o alimentari (come i fondi del caffè, le bucce delle cipolle...e vari colori offerti dalla natura stessa) e non contengono metalli pesanti, solventi organici o acidi. Un processo aziendale basato sull'economia circolare, per la realizzazione di coloranti da applicare in diversi settori: moda, ma anche alimentare, cosmetica e home care. I coloranti Pigmento sono biodegradabili e sostenibili al 100%; richiamano una modalità di colorazione antica, ma al tempo stesso innovativa perchè resa possibile grazie alle nuove tecnologie. L'idea è nata in Basilicata nel 2016 e ha vinto anche il bando #start2becircular2017

## **Natede: un vaso purificatore d'aria naturale e totalmente smart**

[Natede](#) è un purificatore d'aria intelligente, nato dall'incontro tra natura, tecnologia e design. Un vaso che arreda ed è contemporaneamente in grado di analizzare la qualità dell'aria negli ambienti chiusi e purificarla grazie a uno speciale filtro fotocatalitico. Uno strumento per combattere l'inquinamento indoor perchè anche a casa o in locali ed uffici possono essere presenti sostanze nocive per la nostra salute (sapevate che l'aria in luoghi chiusi può essere anche fino a 5 volte più inquinata rispetto all'esterno?). Questo vaso smart e di design ha un concept sostenibile e contemporaneamente molto tecnologico. L'azione combinata della pianta con il filtro innovativo di Natede sono in grado di eliminare gli agenti tossici dall'aria. Insomma si tratta di uno strumento che

permette di purificare l'aria utilizzando la natura. Con Natede è possibile inoltre tenere sotto controllo la qualità dell'aria degli ambienti interni direttamente tramite una apposita app da smartphone. Cosa chiedere di più? Un'idea che mixa natura, tecnologia e innovazione e che infatti, per la sua genialità, è riuscita a raccogliere 900 dollari in 45 giorni su Kickstarter, la piattaforma di crowdfunding per la realizzazione di progetti innovativi. Anche in questo caso il progetto è italiano, nasce a Pordenone, parte da una tesi di laurea e ha ottenuto diversi premi e persino un finanziamento di 2 Milioni di Euro da parte dell'Unione Europea per il progetto "Horizon 2020".

[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Nature • Technology • Design (@clairync) in data: 7 Mar 2019 alle ore 7:14 PST

## **Treedom: l'e-commerce di alberi ispirato a Farmville**

Anche [Treedom](#) è un'idea italiana, nata a Firenze nel 2010, Una piattaforma che permette di piantare il proprio albero a distanza e seguirlo online, nata proprio giocando con il famosissimo gioco Farmville a cui tutti ci siamo appassionati anni fa. Grazie a Treedom sono stati piantati più di 500.000 alberi in Africa, America Latina, Asia e Italia, finanziando direttamente i contadini locali nelle varie parti del mondo. Gli alberi vengono piantati realmente, anche se lontani degli utenti, e ad ogni albero viene dedicata una pagina sul sito/community permettendo di seguire tutti i suoi sviluppi, le caratteristiche, e persino regalarlo a una persona speciale. Crescendo l'albero assorbirà CO2 e produrrà ossigeno, dando il suo contributo positivo sull'ambiente.

L'obiettivo è quello di produrre benefici non solo ambientali ma anche sociali ed economici grazie a

un meccanismo di gamification. Si può contribuire sia da privati che da aziende e sul sito è possibile vedere gli utenti che hanno piantato più alberi mensilmente, le aziende che contribuiscono maggiormente e persino scoprire quanta CO2 ognuno di noi emette giornalmente tramite un calcolatore delle emissioni.

## **Greenrail: i binari ferroviari realizzati con materiali di riciclo**

[Greenrail](#) è una startup nata nel 2012 da un imprenditore siciliano al tempo ancora under 30. L'idea è la creazione di una traversa ferroviaria sostenibile, realizzata con materiali di riciclo: una miscela di pneumatici fuori uso e plastica riciclata, con una struttura interna in calcestruzzo armato precompresso. Grazie a Greenrail diminuiscono i costi di manutenzione, aumenta la durata in opera (50 anni anziché 30) si salvaguarda l'ambiente e si genera automaticamente energia (Greenrail è in grado ad esempio di incorporare sistemi fotovoltaici per la produzione di energia solare). Una startup innovative che si basa sui principi dell'economia circolare, che è stata incubata da Polihub, la Fondazione del Politecnico di Milano e ha attirato subito l'attenzione degli USA, tanto da aver ottenuto, nel 2017, una commessa da 75 milioni di dollari negli USA.

[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Lavoraresmart (@lavoraresmart) in data: 30 Mar 2019 alle ore 12:00 PDT

***Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.***

***Stai tranquillo, anche noi odiamo lo spam!  
Da noi riceverai SOLO UNA EMAIL AL MESE, in concomitanza con***

*l'uscita del nuovo numero del mensile.*

**Nome**

**Cognome**

**Email \***

**Consenso**  **Consentisci di usare i tuoi dati**

**Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)**

[Iscriviti alla newsletter](#)

---

## **L'insostenibile design del sostenibile**

**Con il diffondersi della cultura della sostenibilità cambia lentamente anche l'aspetto del costruito.** Sarà che l'architettura sostenibile e le tecnologie per uno sviluppo sostenibili si stanno diffondendo per una maggiore sensibilità verso l'ambiente, o per moda, o molto più probabilmente perché cominciano ad essere un ottimo business, ma la sostanza è che il processo produttivo, la forma del manufatto edilizio ed il suo contesto stanno cambiando.

Lo **sviluppo sostenibile**, vero o distorto che sia, sta offrendo alla nostra vista un nuovo alfabeto di forme spesso riconducibili agli elementi costruttivi generati dalla logica di questa nuova era: pannelli solari che trasformano tetti e piantagioni in distese di vetro squamato, torri eoliche piantate tra le colline come ombrelloni nelle dune di una spiaggia libera nel giorno di ferragosto, grumi di led luminosi che luccicano come le biglie di un ragazzino, isole verdi sui solai esterni degli edifici come dei mini vivai, canalette di scolo per il recupero delle acque piovane che proliferano come ragnatele, batterie di bidoni colorati per il riciclo dei rifiuti allineati come birilli, ed altro ancora... Ma questi elementi, o forse sarebbe meglio chiamarli prodotti, raramente sono frutto di un design ricercato, e ancor più raramente sono utilizzati come forme per arricchire il linguaggio comune dell'architettura contemporanea.

*Per approfondire:*

- **[Italian Design \(un numero interamente dedicato al mondo design e all'arredo\)](#)**

Pochi sono gli studi di progettazione che li utilizzano anche come elementi compositivi. Eppure essi, sempre più, si trovano casualmente a partecipare al cambiamento dell'aspetto dell'ambiente costruito. Del resto, riferendoci al panorama italiano, non poteva che essere così. A differenza della

maggior parte delle città europee, dove il patrimonio immobiliare è stato aggiornato, provvedendo a ristrutturare radicalmente o costruendo ex novo, le città italiane, dopo la costruzione massiccia del dopoguerra, sono ancora sostanzialmente ferme. Gli interventi attuali che rientrano nella logica **dell'eco-sostenibilità** si sovrappongono all'immagine del costruito esistente creando spesso accostamenti stridenti. Ed è difficile trasformare le nostre città in città sostenibili pensando di congelare tutto l'esistente. Sostituire vecchi edifici, purché senza valore storico, con nuove costruzioni è il modo migliore per sperimentare un nuovo linguaggio architettonico attento ai problemi dell'ambiente, oltre che necessario per **raggiungere gli obiettivi di sostenibilità fissati dalla comunità europea.**



Nel nostro paese l'edilizia sostenibile può per ora sperimentare il potenziale formale del linguaggio dell'eco-sostenibilità solo nelle poche periferie cittadine in via di espansione o nelle residenze di nuova costruzione isolate dai centri urbani. Qui il **design ecosostenibile**, quando voluto, è ancora espresso come la sola attenzione che il progettista deve avere sui materiali, sui processi produttivi, sulla tecnologia e sulla vita del costruito. Certo non è poca cosa, **ma da un punto di vista del linguaggio architettonico queste attenzioni sono solo conseguenze dell'atto di progettare e costruire e non un punto di partenza.**

**Alcuni dei grandi architetti stanno lavorando da tempo sull'integrazione delle tecnologie verdi con le necessità compositive del loro linguaggio architettonico; sono loro gli apri pista verso la sperimentazione di nuove forme.**

Nel 1996 Thomas Herzog, Norman Foster, Renzo Piano e Richard Rogers decisero di promuovere la Carta Europea per l'Energia Solare nell'Architettura e nella Pianificazione Urbanistica, a cui aderirono altri progettisti. Non è un caso che in ambito europeo siano proprio loro i principali

esponenti di questa eco-evoluzione dell'architettura e del suo lessico formale.

Basti pensare, per esempio, al tetto ondulato costituito da materiali di riciclo della California Academy of Sciences di San Francisco progettato da Renzo Piano, o alla vertiginosa tettoia in legno concepita da Thomas Herzog per l'Expo 2000 di Hannover insieme al SokaBau, l'edificio per uffici ad alta efficienza energetica di Wiesbaden.

Non vanno dimenticate le Vivaldi Towers di Norman Foster che svettano nel quartiere energeticamente avanzato di Amsterdam, la sede dell'Assemblea regionale del Galles a Cardiff di Richard Rogers e infine il Terminal 4 dell'aeroporto di Madrid tutto giocato sulla valorizzazione della luce e della ventilazione naturale.

**Di fatto la tecnologia del sostenibile** sta rinnovando il modo di costruire ma non è ancora diventata segno per l'architettura "di consumo", per quello che si potrebbe chiamare design condiviso. Costi e cultura non aiutano, del resto è troppo presto per ottenere da questa trasformazione un vero stile.

## La storia insegna.

Ogni stile architettonico con connotazioni formali uniche, spesso scaturisce dall'impegno dei progettisti di un'epoca nel far proprio il "segno" generato da una evoluzione della tecnologia di costruzione. Ma questa ricerca richiede tempo.

**Un esempio.** E' dopo il periodo di sviluppo tecnologico che va dalla prima alla seconda rivoluzione industriale che si iniziano ad usare intensamente i metalli per la produzione seriale di semilavorati o prodotti commerciali. Ferro, ghisa o acciaio, prima di diventare una opportunità di rinnovamento del design, sono stati usati per diversi anni nell'architettura e nella produzione industriale come surrogati del legno e della pietra.

Nell' Art Nouveau le tecnologie industriali si piegano allo stile della produzione artigianale, mentre nell' International Style ne diventano fonte d'ispirazione, punto di partenza per un'idea progettuale.

**L'era dello sviluppo sostenibile è appena cominciata**, ci troviamo in una fase di passaggio, e le soluzioni che la tecnologia verde propone non hanno ancora mostrato le loro rivoluzionarie potenzialità di innovare la forma del costruito. **A livello mondiale sono gli australiani a dimostrarsi più impegnati nell'architettura sostenibile.**

L'intera nazione ha intrapreso un forte cambiamento puntando molto su uno sviluppo sostenibile. Le politiche energetiche fortemente volute dal governo, i servizi d'informazione rivolti ai cittadini su come sviluppare uno stile di vita eco-compatibile, gli investimenti a sostegno del turismo sostenibile, un elevato numero di laureati in Scienze Ambientali rispetto a tutti gli altri paesi industrializzati del mondo, sono solo alcuni dei segnali che confermano il virtuoso impegno australiano in questo ambito.

Ed è qui che è possibile rilevare in architettura una più intensa sperimentazione del linguaggio nel segno dell'ecosostenibilità. **Un esempio su tutti è il Council House 2 a Melbourne, considerato l'edificio più sostenibile dell'Australia.** L'edificio mostra, a chiusura superiore di una delle facciate del fabbricato, delle grandi pale eoliche ad asse verticale. Il lato più esposto è un'unica persiana di veneziane in legno riciclato che automaticamente si apre o si chiude al variare dell'irraggiamento solare. Cinque cilindri cavi posti lungo la facciata sud incanalano l'aria esterna

per portarla verso i piani inferiori. All'interno di questi cilindri viene fatta cadere dell'acqua nebulizzata che raffredda l'aria naturalmente. La stessa acqua in caduta, visibile grazie al tessuto trasparente delle superfici delle torri, successivamente viene raccolta in delle vasche di vetro che hanno anche funzione di pensiline per gli accessi all'edificio sul livello stradale. All'interno degli open-space, adibiti ad uffici, controsoffittature ondulate in calcestruzzo generano cavità sotto i solai, utili alla circolazione naturale dell'area. Gli stessi pannelli sono stati prefabbricati congiuntamente alle serpentine metalliche che successivamente sono state collegate all'impianto di raffreddamento ad acqua.

Queste sono alcune delle soluzioni ecosostenibili del Council House 2, sfruttate anche come segni di architettura. Criticabili o no sono sicuramente un' esempio di quel potenziale inespresso che lo sviluppo sostenibile può dare all'arricchimento del linguaggio formale dell'architettura attuale, un linguaggio formale "sostenibile".

*Rivista Architetti Taranto N. 5 Anno 2009*

---