

VALMET INSIDER



Nessuno può salvarsi da solo, nessun individuo, nessun popolo, nessuno.

Dalla lettera enciclica Laudato si' di Papa Francesco

Intorno al concetto di sostenibilità sono state spese e, continuano a essere spese, molte parole spesso viziate da tendenze e filosofie che rischiano di attribuire all'argomento un'accezione fin troppo complessa. Credo che per capire il senso profondo e lineare della sostenibilità sia sufficiente soffermarsi sui suoi tre pilastri: società, ambiente ed economia.

Tre elementi che, in un modello circolare e sinergico, sia questo un'impresa o un qualsiasi altro tipo di sistema organizzato, non possono prescindere l'uno dall'altro affinché tutto possa funzionare e tutto possa essere in funzione di tutto.

Pensate a un meccanismo complesso e pensate a come ogni singola componente sia determinante per l'efficacia della performance d'insieme, o se preferite immaginate un'orchestra e fate caso a come ogni elemento sia di supporto all'altro per la creazione di quella determinata sinfonia.

SEGUE A PAGINA 3

MADE FOR CHANGE

Un evento speciale dedicato a economia circolare e sostenibilità



DALLA SINERGIA TRA UNIVERSITÀ E LABORATORIO

IL PRIMO CICLO GALVANICO TOTALMENTE ESENTE DA CIANURI PER LA PRODUZIONE DI ACCESSORI MODA



Andrea Comparini, ricercatore industriale progetto Faber

Con l'ampliamento dei laboratori di Valmet Plating ed i sempre maggiori investimenti sia economici che in risorse umane dedicate alla parte di ricerca&sviluppo, c'è stata una vera e propria innovazione dei processi proprietari ed una notevole espansione del portfolio di prodotti. Questo sta avendo un impatto importante sul mercato, ne abbiamo parlato con Andrea Comparini, ricercatore industriale:

“In questi ultimi mesi abbiamo accolto le richieste del mercato, indirizzate verso la formulazione di processi sempre più ecosostenibili e salubri per gli operatori del settore. Ci siamo quindi concentrati sulla totale eliminazione dei metalli tossici dai nuovi prodotti. Ecco che è nata la “LINEA ECO”, una categoria di processi con queste caratteristiche: un nuovo bagno di palladio (senza nichel e cobalto), un bagno di oro 3N

senza cobalto ed un bagno di oro 1N e uno 05N, entrambi esenti nichel. In questo contesto tutto il gruppo di ricerca si è però dato un obiettivo ancora più ambizioso, ossia quello di mettere a punto il primo ciclo galvanico totalmente esente da cianuri, sostanze che impattano pesantemente nella depurazione delle acque. È con estremo orgoglio che possiamo oggi presentare questo risultato destinato a cambiare il rapporto della moda con i trattamenti galvanici: da oggi gli accessori metallici destinati ad applicazioni fashion potranno essere realizzati con un ciclo galvanico innovativo completamente esente da cianuri.

Dunque avete ampliato il ventaglio di nuovi prodotti che garantiscono non solo performance in linea con i bagni galvanici già presenti sul mercato, ma che riflettono quelle dimensioni green tanto necessarie per le industrie

innovative quanto ricercate dai brand del lusso?

“Esatto in questo percorso - continua Comparini - è stato fondamentale il legame e le sinergie instaurate tra Valmet Plating e l'Università Degli Studi di Firenze, sotto le vesti del LEA (Laboratorio di Elettrochimica Applicata) diretto dal Prof. Massimo Innocenti. Il laboratorio ha permesso al nostro gruppo di poter contare su controlli e verifiche condotte con strumenti all'avanguardia. Il supporto universitario è stato determinante per verificare le prestazioni del nuovo ciclo esente da cianuri. Un vero e proprio studio approfondito e dettagliato che ci ha consentito di validare i bagni sotto gli aspetti funzionali, estetici e di stabilità dei processi”.

“L'università è un interlocutore affidabile in grado di certificare i processi e i bagni che provengono dal laboratorio di Valmet, oltre a fare da garante sui prodotti richiesti da terzi. Si tratta di un appoggio tecnologico molto affidabile dal momento che la strumentazione universitaria viene costantemente aggiornata, in linea con le più recenti innovazioni tecnologiche”.



GUIDARE IL CAMBIAMENTO: VALMET E LA TRANSIZIONE VERSO UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS

La prima domanda che ci siamo posti è stata forse la più elementare: e noi, cosa possiamo fare? Avevamo preso coscienza dell'inevitabile orizzonte che si prospettava di fronte a tutte le imprese, in particolare a quelle della filiera della moda. Se ne parlava da anni, era il 2020, e l'inizio della Pandemia sembrava accelerare tantissimi processi socio-economici. Lo smart working, gli investimenti in tecnologia e analisi dei dati, la sostenibilità ambientale, il ruolo sociale delle aziende e le nuove dinamiche di rapporto con i collaboratori. Temi noti e sviscerati da tempo, anche apparentemente scollegati tra loro, eppure diventati tutti impellenti e legati da un sottile filo rosso: la volontà di cambiamento. Ci siamo rifatti a un aforisma di Lao Tzu: ogni grande viaggio inizia con un piccolo passo. E ci siamo mossi.

Il nostro primo passo è stata la partecipazione a un convegno organizzato proprio da FAIR che ci ha conquistato, tanto che abbiamo deciso subito di avviare una partnership per aiutarci a capire e misurare gli interventi realizzabili e i risultati perseguibili intraprendendo un percorso evolutivo, in termini di conversione green ma anche di ulteriore valorizzazione del patrimonio umano delle nostre aziende. Da lì abbiamo deciso come misurare i

potenziali risultati di queste evoluzioni, apprezzandone i concreti benefici anche economici. Il secondo passo invece è coinciso con la scelta di avvalerci di ENEL X per l'importante e specifica attività di decarbonizzazione che caratterizza la loro mission aziendale. Grazie a questa scelta siamo

stati guidati nelle migliori soluzioni per rendere visibili tutti i risultati raggiunti nel nostro bilancio di sostenibilità. L'evoluzione di Valmet adesso iniziava a essere esplicita, reale e utile ad essere divulgata sia all'interno del team che all'esterno.

Ma in cosa si è concretizzato tutto ciò? In primo luogo in un acronimo: RSI (Responsabilità Sociale di Impresa). In questi tre termini ci sta tutto un atteggiamento che ha ricadute in ogni fase del processo decisionale e produttivo. Un'impresa socialmente responsabile si prende cura - e non si limita a sfruttare - delle risorse materiali ed energetiche, si

pone sempre il paradigma della circolarità, del riuso e del recupero come modello da perseguire, ha a cuore il benessere dei propri dipendenti, collaboratori e stakeholder e della comunità in cui opera. Ogni scelta strategica di sviluppo pone sullo stesso livello della redditività tali aspetti. Questo, in sintesi è stato il cambiamento più sostanziale e rivoluzionario, insieme alla consapevolezza che per essere credibili bisogna essere autentici e coerenti. Niente sostenibilità di marketing (di facciata) ma un processo vero, lungo e reale. Oggi queste scelte ci hanno portato a valutare processi, trattamenti e materiali alternativi, sempre alla luce di serie ed esauritive valutazioni e misurazioni di impatto su risorse, ambiente e circolarità.

La divisione Ecology lavora, ad esempio, ad una tracciabilità delle plastiche degli imballaggi perché siano reimmesse nella produzione dei nuovi. Pensiamo poi alla possibilità del refill per superare la normativa ambientale tramite la vendita dei prodotti senza i loro contenitori. Un ambizioso progetto evolutivo attraverso il quale il packaging viene noleggiato mantenendone la proprietà ed evitando di renderlo un rifiuto.

Questo presuppone un complesso sistema di codifica, tracciabilità ed individuazione anche dei contenitori, al quale stiamo lavorando insieme ai nostri partner avvalendoci della tecnologia NFC. Poi il Welfare aziendale, perché a una sostenibilità ambientale, nella nostra visione, deve affiancarsi anche una sostenibilità sociale. Per questo destiniamo ai dipendenti fino al 5% dei profitti d'impresa, oltre a un'ulteriore quota proporzionale a quello che i dipendenti si impegnano a devolvere attivamente nel sociale.

Con questa scelta il totale devoluto nel sociale è arrivato al 10% dei profitti d'azienda. Una percentuale che ci proponiamo di incrementare nei prossimi anni e che è utile anche per la credibilità dell'azienda e l'attrazione di nuovi talenti. Gocce in mezzo al mare? Forse sì, ma siamo fieri di fare la nostra parte e consapevoli che solo così si potrà velocizzare un processo che abbiamo scelto di guidare e non di subire. Nella consapevolezza che questa è la strada giusta da percorrere per il bene della comunità e per aprire una stagione nuova anche nella filiera della moda.

Destiniamo ai dipendenti oltre il 5% dei profitti d'impresa, oltre a un'ulteriore quota proporzionale a quello che i dipendenti si impegnano a devolvere attivamente nel sociale. Con questa scelta il totale devoluto nel sociale è arrivato al 10% dei profitti d'azienda.



PROSEGUE DA PAG. 1

In questo senso, la sostenibilità, al di là delle modalità secondo cui può essere applicata, richiede rispetto, sensibilità verso gli altri e per l'ambiente circostante, ma anche intuizione, al fine di ottenere un benessere globale, rivolto sia alla salute che all'economia. Una persona che ignora gli altri e il mondo intorno difficilmente comprende la sostenibilità e ancor più arduamente può trovare un senso nella sua applicazione.

Da imprenditore "errante" che a un certo punto del proprio intercedere nel fare impresa ha sentito forte l'esigenza di convertire alcuni comportamenti e rivedere alcune scelte, in un'ottica più sostenibile, mi sono interrogato sulle ricadute migliorative che quel cambio di rotta avrebbe potuto determinare. Non ho pensato solo agli interessi economici, ma soprattutto al benessere dei miei collaboratori e alla salvaguardia del contesto in cui operiamo tutti insieme. Ho visto nella sostenibilità un triplice potenziale, quello dell'impresa, quello delle persone direttamente coinvolte e naturalmente quello dell'ambiente che è il bene di tutti. Sono convinto che non sarei mai arrivato a maturare certe riflessioni e mai avrei intrapreso determinate azioni, con tutto l'impegno e il sacrificio che ne derivano, sia in termini pratici, economici che strategici, se non fossi stato prima un bambino indignato di fronte a spiagge sporche, un ragazzino che ha conosciuto la discriminazione e il peso di giudizi scomodi e un padre "coltivatore" di rispetto per l'ambiente. In sintesi, se non fossi stato prima un uomo fiducioso negli altri e nel cambiamento.

Non mi sento eccezionale, ma mi fa stare bene l'idea di riuscire a comportarmi a misura di quello che sono oggi e di quelli che sono i miei effettivi bisogni, senza eccedere in una direzione che il tempo e l'impatto sul mondo circostante mi hanno indicata come dannosa. Se mi soffermo su questo percorso, tanto intimo quanto evolutivo, mi ritrovo completamente nella sostenibilità e mi sento tutt'altro che intorpidito di fronte all'esigenza di cambiare e rivedere i modi tradizionali di fare impresa.

Il mio ruolo sociale e quello privato si sono sovrapposti e, mai come in questo approccio, le due parti hanno vissuto in perfetto equilibrio. Ho scoperto molti punti di contatto tra quelle che per lungo tempo ho vissuto come due personalità distinte e relegate a due diverse sfere. Ma la sostenibilità è panacea e invita a non fare distinzioni a favore di una forte connessione con il tutto. Ed è così che vedo il risveglio globale che troppo a lungo ha reso ciechi e immobili di fronte a pratiche di cui oggi tutto il pianeta paga nefaste conseguenze. Parto dalla mia realtà, che è l'unica cosa che posso concretamente fare, e guardo ai miei collaboratori come figure coinvolte quanto me nella stessa mission. Sono consapevole che tutti possono contribuire, ognuno a proprio modo a migliorare l'azienda e su larga scala, partendo proprio da quello che facciamo ogni giorno insieme, a rendere migliore il Pianeta. Credo in questo obiettivo comune e chi lavora al mio fianco conosce le azioni e le buone pratiche che sto promuovendo, come ad esempio l'individuazione di figure dedicate alla sostenibilità e il loro diretto coinvolgimento in scelte che non possono essere solo di carattere economico, come ad esempio la selezione dei fornitori in ottica green.

Questa e altre piccole grandi azioni sono la sintesi della svolta che con tutta la mia squadra sto conducendo, guardando con lungimiranza a un benessere collettivo che non posso pensare di poter raggiungere da solo.

Emanuele Pallotti
Amministratore Valmet Plating Srl

FAIR: IL CAMBIAMENTO PASSA ATTRAVERSO LO SVILUPPO SOSTENIBILE E L'INNOVAZIONE



Transizione ecologica, sicurezza e qualità dei materiali, innovazione digitale: sono i tre obiettivi che la sinergia, ormai collaudata, tra Valmet e Fair intende realizzare nell'ottica di una sostenibilità sempre più ricercata ed auspicata per il mondo imprenditoriale in generale e della moda in particolare. E perché questa sostenibilità possa tramutarsi da una bella parola in fatti concreti Fair ha individuato tre aree progettuali: la riduzione degli impianti, l'applicazione dell'economia circolare, soluzioni eco-sostenibili. Il futuro delle aziende va sempre più verso un cambiamento che abbia come primario scopo quello di rendere le produzioni autrici in primo piano della tutela e della garanzia per l'ambiente e per l'uomo. Sono già state attuate alcune soluzioni come la riduzione di cianuri, borace e plastiche nelle lavorazioni. Sono state poi condotte analisi per la redazione di un piano di ricerca per individuare nuovi materiali e prodotti, processi innovativi, e nuove opportunità di mercato. Altre soluzioni sono in fase di studio e sono finalizzate alla messa a punto di progetti atti a un ulteriore miglioramento.

Il progetto di Valmet e Fair è nato nell'estate 2021, quando cioè energia, materiali e logistica ancora erano un terreno sicuro con il quale lavorare. La crisi ha destabilizzato molte certezze e creato molti problemi alle produzioni: la qualità ne ha risentito, i tempi si sono dilatati. In alcuni settori il futuro rimane un'incognita. Per questo e per fronteggiare l'impatto che le difficoltà del momento potrebbero generare diventa importante distinguersi, avere la sicurezza degli approvvigionamenti e delle forniture, cercare nuovi mercati. Anche la moda, il fashion, le grandi

griffe hanno necessità di adeguarsi alle nuove tendenze e di abbracciare una produzione che guardi sempre di più alla sostenibilità e ad un business che da lineare diventi circolare. Questo processo deve coinvolgere tutti perché possa veramente incidere positivamente sul futuro dell'ambiente in cui viviamo. Una parte importante è svolta dall'innovazione tecnologica che oltre a contenere l'impatto ambientale garantisce una qualità del prodotto sempre richiesta dal mercato. Pur nelle criticità del momento il progetto di Valmet e Fair ha tutti i presupposti per essere realizzato con ricadute positive ed all'avanguardia perché le sue azioni sono guidate da due spinte fondamentali: il valore e le soluzioni.



Il progetto di Valmet e Fair è nato nell'estate 2021, quando cioè energia, materiali e logistica ancora erano un terreno sicuro con il quale lavorare. La crisi ha destabilizzato molte certezze e creato molti problemi alle produzioni: la qualità ne ha risentito, i tempi si sono dilatati. In alcuni settori il futuro rimane un'incognita. Per questo e per fronteggiare l'impatto che le difficoltà del momento potrebbero generare diventa importante distinguersi, avere la sicurezza degli approvvigionamenti e delle forniture, cercare nuovi mercati.



CHI È FAIR

Promozione delle buone pratiche di sostenibilità ambientale e sociale di impresa e per la formazione di una nuova classe dirigente

FAIR è una realtà che gioca, e giocherà sempre di più, un ruolo fondamentale per le aziende che intendono affrontare il mercato facendo della sostenibilità un elemento di valore reale. Un'associazione non profit per la promozione della cultura della sostenibilità, dell'innovazione e della responsabilità di impresa che opera attraverso lo sviluppo di azioni, progetti e di iniziative di formazione condivise, innovative e ad alto impatto responsabile con il massimo coinvolgimento di stakeholder privati, pubblici e del terzo settore.

Dall'incontro con FAIR – che in dieci anni di attività ha collaborato, tra gli altri, con Centro Studi Italia-Canada, Confcooperative, CNA, Human-Age, Enel X, Università di Firenze e Università Europea di Roma – Valmet ha avviato un progetto mirato a offrire ai propri clienti una certificazione sulla sostenibilità riferita a processi e prodotti.



LORENZO ROMUALDI, RESPONSABILE DEL LABORATORIO VALMET REFINING

RECUPERO METALLI, LA SECONDA VITA DEI NON PREZIOSI PAROLA D'ORDINE: CIRCULARITÀ

Valmet nel recente periodo ha fatto importanti scelte per favorire azioni a sostegno di un progetto di circolarità che vede coinvolto l'intero gruppo con le tre divisioni. Proprio in quest'ottica si inseriscono anche gli ultimi investimenti fatti in tecnologie e impianti come quello basato sull'idrometallurgia, un processo sostenibile, funzionale e dall'alto potenziale di mercato. A renderlo così proficuo è l'intrinseca capacità di andare a recuperare anche i metalli non preziosi, aprendo così nuove opportunità sia in termini di sostenibilità che di economia circolare. Con il nuovo impianto Valmet ha deciso di aprire letteralmente le porte ai suoi clienti e dare loro la possibilità, qualora lo desiderino, di assistere personalmente, attenendosi a un preciso protocollo aziendale, alla messa in funzione dell'impianto. Ad approfondire l'argomento è stato Lorenzo Romualdi, responsabile del laboratorio Valmet Refining.

Come nasce l'esigenza di dotarsi del nuovo impianto?

L'esigenza di avere un impianto di stripping o strippaggio, ossia di asportazione di metalli dallo strato superficiale, nasce in risposta alla volontà di ampliare qualitativamente e quantitativamente le nostre potenzialità di recupero. C'è un interesse crescente nel recupero di specifici scarti, come ad esempio gli accessori moda, rivestiti all'esterno di metalli preziosi, ma composti all'interno da metalli originariamente considerati di meno valore e poi rivalutati dallo stesso mercato di riferimento, come il rame e le sue leghe: la zama e l'ottone. L'impianto è arrivato in seguito ad un iter burocratico e amministrativo piuttosto complesso, tuttavia, superata questa fase preparatoria, a partire dal mese di settembre 2021 è entrato in funzione tramite dei test per poi acquisire la piena operatività a dicembre.

Su quale meccanismo si basa l'impianto?

Il nuovo impianto è proprio dedicato all'operazione specifica di separazione della componente preziosa da quella che non lo è. Ciò avviene mediante leaching superficiale con agenti chimici selettivi

per i metalli preziosi che restano in soluzione, sostituendo ed integrando processi metallurgici più aggressivi ed impattanti come ad esempio la fusione o la dissoluzione chimica che agiscono invece distruggendo tutta la struttura. Tale azione consente di mantenere intatta la forma metallica e dunque di separare le due parti facilitandone il recupero selettivo. In sintesi, il suo punto di forza è senz'altro la capacità di processare il materiale in cui i preziosi sono confinati nella parte superficiale ed esterna (principalmente ad accessori e filo di galvanica) senza compromettere il recupero della matrice metallica interna.

Come è composto e come funziona?

L'impianto è composto da quattro vasche, due delle quali dedicate al trattamento di tipo chimico, le altre due ai relativi risciacqui. Qui vengono immersi i materiali da processare in una soluzione che è in grado di rimuovere selettivamente i componenti preziosi, oro e palladio in primis. Dopodiché gli stessi oggetti vengono sottoposti ad un apposito lavaggio in seguito al quale i metalli costituenti la matrice sono pronti per essere reimmessi nel mercato. Grazie dunque a questo iter si ha un recupero distinto di materiale che sarebbe stato più complicato (se non antieconomico) recuperare

con i processi distruttivi (fusione e dissoluzione). Una volta separato il materiale recuperato, quello prezioso viene lasciato in soluzione in attesa che raggiunga una concentrazione tale da consentire l'avanzamento del processo con deposizioni e precipitazioni successive, mentre la componente di minor valore è già pronta per essere rimessa in circolo senza ulteriori processi di lavorazione.

L'impianto è completamente automatizzato e l'operatore entra in gioco solo per le azioni di carico

e scarico dei rotobarili che ruotano meccanicamente trasportati da un carro ponte all'interno delle vasche. L'addetto incaricato interviene per mezzo di un programma di gestione realizzato con un software dedicato. Grazie all'adozione di programmi di lavoro ad hoc, l'operatore non entra mai in contatto diretto con le vasche durante le azioni di attivazione dei sistemi di trazione e svuotamento che consentono di recuperare i metalli.

Come l'impianto ha cambiato il rapporto con i clienti?

L'impianto ci ha permesso di intercettare nuovi clienti perché le lavorazioni che venivano fatte prima richiedevano un tempo e dei costi importanti e pertanto erano sostenibili solo da partite piccole con un alto contenuto di preziosi. Adesso invece possiamo lavorare anche su partite grandi dove il contenuto di preziosi talvolta è basso proprio perché ora possiamo recuperare tutte

le componenti metalliche, anche quelle di minor valore. In questo periodo abbiamo avuto l'opportunità di rendere più performante un processo, offrendo di conseguenza un servizio di maggiore qualità e questo ha avuto una ricaduta diretta sulla crescita del nostro parco clienti a cui oggi è offerta anche la possibilità di venire ad assistere alle lavorazioni in presa diretta.





SI HA SEMPRE TEMPO A SUFFICIENZA SE LO SI USA BENE

La circolarità: da trent'anni il nostro
DNA aziendale

 **30 VALMET®**
1992-2022

 **VALMET®**
REFINING
PRECIOUS METAL RECOVERY

 **VALMET®**
PLATING
CHEMICAL RESEARCH FOR FASHION

 **VALMET®**
ECOLOGY
GLOBAL WASTE MANAGEMENT

Accademia Italiana: un modello formativo d'eccellenza

Quando la tradizione italiana diventa la base per la formazione internazionale. Scopriamo una realtà unica che forma e prepara creativi, designer e stilisti del futuro.

Alessandro Colombo, country manager Italia per il gruppo Ad Éducation, ci ha parlato di Accademia Italiana, importante realtà formativa internazionale nata a Firenze e adesso presente a Roma, con una sede indipendente.

Accademia Italiana, grazie al coinvolgimento del dipartimento Moda, è stata parte attiva nella realizzazione dell'evento Made For Change. Gli studenti sono stati infatti coinvolti nella preparazione e nell'allestimento di una sfilata di abiti da loro stessi realizzati.

Quando nasce Accademia Italiana e cosa offre?

Accademia Italiana è una realtà formativa presente a Firenze dal 1984 e oggi attiva con un'altra sede più piccola anche a Roma.

Nel suo Dna da sempre c'è l'internazionalità, infatti ad oggi annovera un buon 40% di studenti provenienti da vari Paesi del mondo che in epoca pre covid ammontavano a circa cinquanta. L'offerta didattica in italiano e in inglese ha consentito nel tempo di andare a intercettare un pubblico di provenienza varia. Pur con un'offerta formativa di stampo internazionale, l'Accademia mantiene una profonda matrice italiana che caratterizza soprattutto i servizi di accoglienza e di inclusività. Nella sede fiorentina gli studenti possono scegliere il loro percorso in quattro diversi dipartimenti: fashion design, design, fotografia e grafica.

Nella sede romana invece la scelta ricade tra tre dipartimenti: moda, design e fotografia e design del gioiello.

Accademia Italiana è il primo istituto toscano ad aver vantato corsi accreditati dal MIUR con i suoi percorsi di studio strutturati in trienni e bienni specialistici. A quest'ultimi, sei in totale, possono accedere anche studenti provenienti da altre realtà formative.

Dal 2020 Accademia Italiana è entrata a far parte di "Ad Éducation", un network internazionale di base francese che conta in Europa quindici scuole tra Spagna, Francia, Germania e Italia.

Come Accademia Italiana ha varcato i confini nazionali?

Dal 2020 Accademia Italiana è entrata a far parte di "Ad Éducation", un network internazionale di base francese che conta in Europa quindici scuole tra Spagna, Francia, Germania e Italia.

Si tratta di istituti che hanno in comune l'ambito creativo intorno al quale ruotano trasversalmente con le loro offerte didattiche. Si spazia infatti dal design alla moda, passando per il giornalismo, la grafica, la fotografia e tanto altro con numerosi percorsi di studio.

Entrare in questo gruppo internazionale già consolidato ci ha consentito di interagire con altre scuole prestigiose andando così ad ampliare la nostra offerta con percorsi nuovi e di qualità. Un'operazione questa molto valida dal punto di vista della volontà di favorire scambio e confronto.

Come è avvenuto l'incontro tra Valmet e Accademia Italiana?

Valmet ci ha proposto di collaborare alla realizzazione dell'evento Made For Change, coinvolgendo i nostri studenti del dipartimento moda nell'organizzazione di una sfilata che fosse evento nell'evento. Tale reclutamento nasce dal fatto che la fama della nostra scuola è in parte dovuta anche allo show che ogni anno viene allestito al termine dell'anno accademico. L'avvento del Covid ha però costretto a rivedere le modalità di allestimento e realizzazione di questo spettacolo e ne sono nati, attraverso nuove modalità di linguaggio, dei progetti molto originali.

Nel 2021 ad esempio abbiamo realizzato un fashion film, grazie al supporto e alla collaborazione di Mirror studio e dell'Assessorato all'Ambiente del Comune di Firenze, nel quale abbiamo cercato di raccontare al meglio le iniziative e le varie collaborazioni che costantemente e proficuamente Accademia Italiana attiva.

Proprio per questo la proposta di Valmet è stata accolta come un'opportunità unica arrivata dopo un momento storico di impedimenti anche espressivi per quello che concerne materie di stampo creativo.

Come Accademia Italiana collabora con le aziende e quali sono gli obiettivi di tali collaborazioni?

Ognuno dei dipartimenti di Accademia Italiana, in base al proprio ambito di riferimento, ha all'attivo collaborazioni con aziende operanti in vari settori che consentono agli studenti di entrare a diretto contatto con metodi, materiali e iter produttivi, oltre che con dinamiche relazionali fondamentali per la propria carriera e per la buona riuscita nel mondo del lavoro. Per questo motivo i nostri docenti organizzano dei brief specifici e integrati coordinandosi

con le aziende per consentire così ai ragazzi di fare esperienza internamente imparando, oltre alle competenze tecniche, anche nuove e funzionali capacità relazioni di fondamentale importanza per interagire tra le varie parti.

Da un anno a questa parte stiamo privilegiando, in materia di collaborazioni, progetti inerenti temi quali l'innovazione digitale e la sostenibilità. Per questo, l'iniziativa di avviare un percorso condiviso con Valmet, ci rende particolarmente entusiasti e motivati.

Si tratta di una realtà aziendale d'eccellenza che, conosciuta nel dettaglio delle sue attività, gioca un ruolo di fondamentale importanza all'interno del complesso processo creativo che porta alla realizzazione di un prodotto e per i nostri studenti tale collaborazione può davvero rappresentare un'esperienza esclusiva.



Alessandro Colombo, country manager Italia per il gruppo Ad Éducation





Accademia Italiana: un modello formativo d'eccellenza

Quando la tradizione italiana diventa la base per la formazione internazionale. Scopriamo una realtà unica che forma e prepara creativi, designer e stilisti del futuro.

Il contributo di Accademia Italiana è stato particolarmente prezioso per la realizzazione dell'evento Made For Change. Alcuni studenti del dipartimento Moda sono stati coinvolti, con i loro lavori, nell'organizzazione della sfilata creata ad hoc per il palinsesto della giornata. A coordinare e supervisionare il progetto è stata Cecilia Rinaldi, docente del corso accademico triennale in fashion design che per l'occasione ha selezionato alcune delle 36 collezioni ideate, disegnate e cucite dai suoi allievi.

Sono quattro i temi che hanno ispirato le proposte e che raccontano quattro macro tendenze: natura, sartorialist, street e geometrie. Si tratta di quattro diversi mood che guardano ai generi confondendoli, destrutturandoli per poi ricomporsi con contaminazioni reciproche, ricorrendo a spunti estremamente originali. A questo proposito gli studenti sono stati chiamati a lavorare molto sulla creazione dei tessuti attraverso stampe, ricami, colorature ecologiche ed effetti patchwork. Minimo comune divisore di ogni creazione è la sostenibilità e l'approccio che ne deriva per tutto ciò che concerne scelte e criteri vari, come ad esempio la scelta dei materiali a cui ricorrere. Tra questi sono stati privilegiate stoffe di scarto, insieme a tessuti etnici autentici del Ghana, tute da sub, smontate e riassemblate

per dar forma a capi esclusivi, calze riciclate ed elementi metallici recuperati da lattine e tappi di bottiglie riconvertiti in elemento couture. Oltre alla sostenibilità e ai vari stili che hanno dettato l'ispirazione delle creazioni, a fare da filo conduttore in tutte le collezioni, compare il tema della fluidità di genere espressa con capi interscambiabili, come degli originalissimi bustier, pensati per essere indossati da chiunque.

Made For Change è stata accolta da Accademia Italiana come un'opportunità unica per poter presentare e far conoscere a una platea importante e sensibile le collezioni dei suoi studenti. Inoltre la sostenibilità come macro tema dell'iniziativa ha sicuramente rappresentato un punto d'incontro fondamentale tra le ispirazioni alla base delle creazioni e il concept promosso da Valmet.

Per la sfilata, evento nell'evento, sono state selezionate le collezioni di sei studenti: Alessandro Bernardoni, Arianna Ballerini, Chiara Leone, Ilaria Nesti, Jessica Okon e Sofia Merendoni.





REAL SUSTAINABILITY CENTRE
 Approfondisci online se
 ti interessa l'argomento



GREEN WASHING vs REAL SUSTAINABILITY

Come cambia il modo di fare business con un approccio ecologico. La differenza tra strumento di marketing ed elemento chiave dei processi di sviluppo e di strategia aziendale

Il greenwashing: un fenomeno in espansione e per questo preoccupante perchè lede la trasparenza e la fiducia del consumatore. Di cosa si parla quando si cita il greenwashing? Di fatto si tratta di una strategia di comunicazione atta a creare un'immagine ingannevole di attenzione all'ambiente. La sesta edizione dell'*International Symposium on Sustainability*, organizzata da Alcantara, azienda italiana che produce il famoso materiale tessile e la prima ad ottenere nel 2009 lo status di Carbon Neutrality certificato da TÜV SÜD, ha dato spazio a scienziati, politici, imprenditori e rappresentanti di organizzazioni internazionali per fare il punto su questo fenomeno.

“Un nemico della transizione ecologica, capace di creare casi di concorrenza sleale, dirottare investimenti da attività sostenibili verso altre che non lo sono. Questo fenomeno va bloccato, ed è molto importante che accanto ai rappresentanti del mondo economico siano seduti quelli delle istituzioni, legislatori e rappresentanti dei media”, ha affermato il CEO di Alcantara Andrea Boragno.

Secondo i dati il consumatore è influenzato da etichette e claim green, quindi il greenwashing non è solo dannoso per l'ambiente ma anche per la concorrenza. “Spesso le aziende non sono neanche consapevoli di fare greenwashing – dice Fabio Iraldo, professore di management alla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa – Non sono intenzionate ad ingannare il cliente, ma lo fanno. È importante anche capire come i consumatori percepiscono le informazioni. I dati confermano che il trend di prodotti

green, eco friendly e sostenibili, che sia vero oppure no, sta crescendo – continua Iraldo - e chiunque ormai parla di performance ambientali. Per esempio il 15% di tutti i prodotti che vedete sullo scaffale includono certificazioni che trattano di sostenibilità”.

Eppure esiste quella che si definisce Real Sustainability (per approfondimenti www.realsustainability.org), ovvero un processo di autentica sostenibilità, reale, fatta di azioni precise e di un atteggiamento che guarda alla sostanza e solo dopo alla forma.

Tra queste vale la pena ricordare le scelte che possono portare a una decarbonizzazione di un'impresa che opera nel settore della Moda e che essenzialmente riguardano tre livelli:

- **1: tutte le emissioni dirette**
(es. gas, riscaldamento a vista da gas/carburante, carburante per veicoli, ecc.)
- **2: emissioni indirette**
(es. elettricità, calore, vapore, ecc.)
- **3: tutte le altre emissioni indirette**
che si verificano nella filiera produttiva.

Intervenire su ognuno di questi aspetti con l'obiettivo di ridurre l'emissione di inquinanti o il consumo energetico significa operare verso la decarbonizzazione di un'azienda.

Per esempio scegliendo veicoli elettrici, alimentando l'impresa con energie rinnovabili, eliminando la plastica o recuperando interamente le acque utilizzate nel processo produttivo. Ecco, solo a fronte di iniziative di

questo tipo, che spesso richiedono grandi investimenti in tecnologie oltre a un cambio di mentalità interno, si può davvero parlare di sostenibilità. Il fatto, per fortuna, è che sono i consumatori ad avere sempre di più consapevolezza del tema.

Se un tempo bastava una dicitura furba - tipico esempio di greenwashing - per far passare il proprio prodotto come sostenibile, oggi gli acquirenti cercano informazioni sempre più precise sui reali percorsi intrapresi da un'azienda, sanno distinguere e giudicare, non solo da ciò che viene raccontato loro.

Il web da questo punto di vista svolge un ruolo centrale e realtà come il Real Sustainability Centre sono un punto di riferimento sia per le imprese che vogliono guidare questa transizione, sia per i consumatori che cercano elementi oggettivi per giudicare brand e produttori.

In altri termini, e per concludere, si sta chiudendo sempre più rapidamente una stagione (quella del greenwashing) e se ne è già aperta un'altra, quella della sostenibilità reale, frutto di una vera consapevolezza e di un cambio definitivo del paradigma di business.

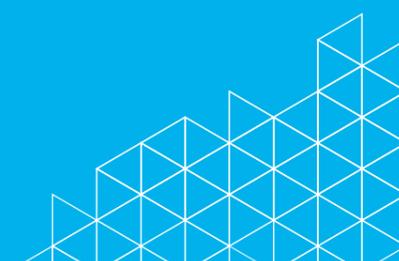




Foto tratta da rawpixel.com

LA MODA ITALIANA PRIMEGGIA NELL'ECONOMIA CIRCOLARE

Il settore del Fashion Made in Italy traina un cambiamento necessario, opportuno e inevitabile. Una panoramica sul ruolo della sostenibilità nella moda nel Belpaese

“Il Fashion Made in Italy è leader nella sostenibilità”: a dirlo è Laura Bittau, giornalista di PambiancoNews basandosi sulla classifica “100 Italian Circular Economy Stories” stilata dalla Fondazione Symbola e da Enel.

Secondo i dati l'Italia ha la più alta percentuale raggiunta sul riciclo dei rifiuti: il 79,4% rispetto al 49 della media europea. E tra le categorie che maggiormente contribuiscono ad ottenere questo risultato sventa il tessile. Scrive Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola: “L'Italia può dare un contributo importante alla sfida alla crisi climatica in tanti settori in cui è già protagonista, a partire dall'economia circolare. Siamo il Paese europeo con la più alta percentuale di riciclo sulla totalità dei rifiuti. La carenza di materie prime ci ha spinto ad utilizzare quella fonte di energia

rinnovabile e non inquinante che è l'intelligenza umana”. L'industria italiana della moda, quindi, è sempre più orientata verso una produzione sostenibile e green. Il numero delle aziende “virtuose” è in aumento ed annovera marchi storici ma anche startup. Tra le grandi griffe spicca quella di Salvatore Ferragamo che ha redatto un vero e proprio programma di sostenibilità con il lancio di prodotti innovativi e all'avanguardia sul fronte dell'economia circolare.

Ascoltando le richieste che arrivano sempre più numerose dal mercato, il mondo della moda si sta facendo parte attiva nel rispetto dell'ambiente e della natura promuovendo una produzione sostenibile e a misura d'uomo.

Scrive Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola: *“L'Italia può dare un contributo importante alla sfida alla crisi climatica in tanti settori in cui è già protagonista, a partire dall'economia circolare. Siamo il Paese europeo con la più alta percentuale di riciclo sulla totalità dei rifiuti. La carenza di materie prime ci ha spinto ad utilizzare quella fonte di energia rinnovabile e non inquinante che è l'intelligenza umana”.*

Tratto da PambiancoNews, articolo di Laura Bittau 16 Dicembre 2021

DIAMO I NUMERI



79,4%

La percentuale italiana di riciclo dei rifiuti nel settore del Fashion. La media europea è il 49%.

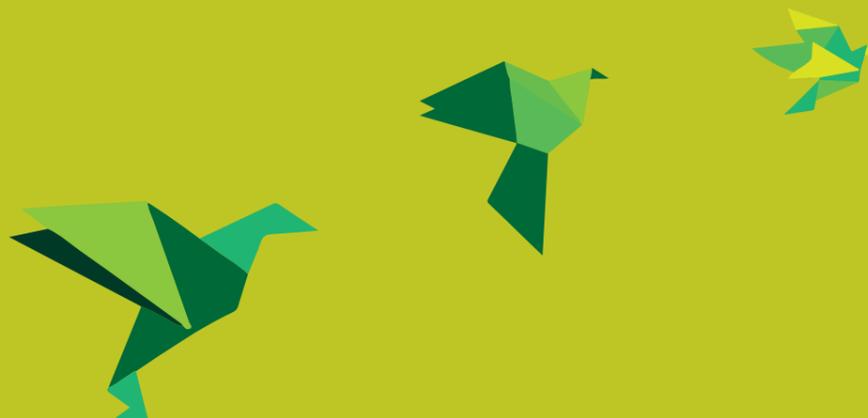
23

Le tonnellate di petrolio risparmiate ogni anno grazie alla virtuosità delle aziende italiane.



63

Le tonnellate di CO₂ risparmiate ogni anno.



*“Credo che avere la terra
e non rovinarla sia la più
bella forma d'arte che si
possa desiderare.”*

Andy Warhol



**REFINING DIVISION
VALMET srl**

Via del Fornaccio 7/A-B Loc. Vallina
50012 Bagno a Ripoli (FI) - Italy
Tel. +39 055 624 0200

refining@valmet.it
www.refining.valmet.it
www.facebook.com/Valmet.Refining



**PLATING DIVISION
VALMET PLATING srl**

Via Erbosa, 5
50041 Calenzano (FI)
Tel. +39 055 887 8000

info@valmet.it
www.valmetplating.it
www.facebook.com/valmetspa



**ECOLOGY DIVISION
VALMET srl**

Via Mugellese, 95
50013 Campi Bisenzio (FI)
Tel. +39 055 239 9646

ecologia@valmet.it
www.ecology.valmet.it
www.facebook.com/Valmet.Ecology