



2Good2Go

Compendio di casi di successo di economia circolare nelle PMI

December 2022

Table of Contents

Introduzione	2
1. AgriBios. Transizione virtuosa verso la circolarità	4
2. Blagichka – il primo ristorante “zero-waste” in Bulgaria	7
3. Bohema e l’introduzione di materiali biodegradabili nell’industria calzaturiera	10
4. Boutique Ritika – vestiti a noleggio	13
5. Un’azienda affermata nel settore della pelle di lusso si fa strada nell’EC: Conceria Antiba	15
6. Il riciclo creativo inizia in progettazione: le soluzioni B2B e B2C di Deko Eko	18
7. Ergodesign – il cambiamento circolare di Design	21
8. Ergolain – inizia da te stesso	24
9. GREENFILL3D e il lavoro innovativo nel campo della stampa 3D ecologica	27
10. Handelek e Rebread – maestri nell’evitare lo spreco del pane	30
11. Humana Nova – industria tessile che contribuisce a soluzioni innovative per le persone, i profitti e il pianeta	33
12. Interlux	36
13. KLIK – vivere e respirare la circolarità nel contesto aziendale	39
14. Luzem - negozio “zero-waste” che ha trasformato lo shopping con idee low-cost	41
15. MIRET – calzature eco-friendly	44
16. MOLD – la plastica come soluzione, non come problema	46
17. PakMarkas – il monitoraggio è essenziale per la circolarità	49
18. Sciarada Industria Conciaria – la tradizione incontra l’innovazione	52
19. Tech-Art-Design Simon T – segui il tuo cuore e la tua passione	55
20. Urban Embassy – un’esperienza indimenticabile per gli amanti del caffè	57
21. Vivai Stanghini – circolarità basata sui valori di famiglia	59
22. Zero Wave – trasformare i rifiuti in risorse	62

Introduction

Questa raccolta contiene 22 casi aziendali relativi alla circolarità. Sono stati accuratamente selezionati rispettando vari criteri che hanno garantito una varietà di esempi. Si possono trovare aziende provenienti da cinque paesi diversi. Alcune stanno lavorando a livello locale, altre a livello globale. Alcune sono in attività da mezzo secolo, altre sono nate qualche anno fa. Alimenti, mobili, agricoltura e-commerce sono solo alcuni esempi delle industrie coperte dai business case.

Ogni caso segue la stessa struttura: all'inizio viene presentata una breve panoramica dell'azienda selezionata. Quindi, vengono offerte informazioni in base alla seguente struttura: Che cosa ha ispirato il cambiamento? Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate? Quale supporto esterno avete ricevuto? Quali sono state le sfide più significative? Quali sono i risultati più significativi? Che cosa raccomandate agli altri?

Il consorzio si augura che questo compendio ispiri una nuova ondata di soluzioni circolari. Crediamo nel potere di un buon esempio. Sappiamo che a volte le aziende hanno bisogno di una spinta in più per iniziare il loro viaggio verso la circolarità. Che questo insieme di casi sia una piccola spinta!

Il consorzio responsabile della pubblicazione è composto da: PAIZ Consulting Sp. z o.o. (PL), Strukovna udruga djelatnika u upravljanju ljudskim resursima – Centar HR (HR), Fondazione Toscana Sostenibile Onlus (IT), University of National and World Economy (BG), Ekopotencjał - Przestrzeń Możliwości (PL), Knowledge Economy Forum (LT).

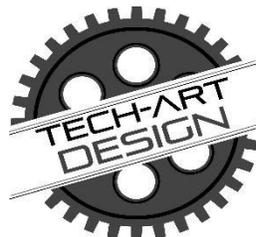
La pubblicazione è parte di [“Too Good to Go – Waste Free Economy Transformation for SMEs” project](#), finanziato dai programmi Erasmus+ nell'ambito dell'azione KA220-VET - Partenariati di cooperazione nell'istruzione e formazione professionale.

Il progetto mira a introdurre modelli di economia senza rifiuti nelle PMI:

- Incoraggiando i leader delle PMI ad avviare il processo di trasformazione sviluppando politiche di economia senza rifiuti e piani d'azione per le loro organizzazioni, diventando esempi da seguire per altre PMI.
- Catalogando e sviluppando le competenze necessarie per una transizione di successo verso l'economia senza rifiuti, e incoraggiando il loro sviluppo in quanto agenti di un cambiamento teso alla sostenibilità.
- Dotando i fornitori di IFP di materiali formativi adeguati, esempi di buone pratiche e strumenti per sostenere l'adattamento delle loro offerte formative alle PMI.

Il sostegno della Commissione europea alla produzione della presente pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo le opinioni degli autori,

e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.



1. AgriBios. Transizione virtuosa verso la circolarità



Quick overview

Anno di fondazione: 2014

Industria: Agricoltura

Dimensioni: micro <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: **locale**, nazione, UE, globale

Breve descrizione del caso: AgriBios è una società cooperativa agricola. Offre un'opportunità efficiente per soddisfare le esigenze delle aziende agricole pistoiesi che fanno parte del settore vivaistico. AgriBios offre ai propri soci un servizio di riciclaggio e valorizzazione dei rifiuti verdi e di recupero efficiente dei rifiuti floricoli.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Passione per l'agricoltura e rispetto per l'ambiente sono ciò che contraddistingue AgriBios. La cooperativa ha voluto fare di questi valori il cuore della propria attività attraverso un approccio concreto ad un'economia agricola circolare. Non c'era alcuna pressione da parte degli stakeholder a diventare un'azienda di economia circolare. Anzi, la pressione andava in senso contrario. Forse è perché stanno vedendo i risultati di questi modelli di economia circolare solo adesso, dopo anni.

L'organizzazione è nata riflettendo sul fatto che il settore vivaistico di Pistoia avesse un bisogno che poteva anche funzionare come innesco per un processo economico circolare. Si trattava cioè recuperare e gestire i rifiuti del ciclo produttivo riciclandoli e valorizzandoli (piante morte e talee).

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Senza dare peso agli impulsi personali, l'azienda ha dato via a una pianificazione strategica che richiedeva prima di tutto un'analisi di mercato. L'analisi è stata affidata a un consulente che ha utilizzato una doppia matrice di indagine: PESTE (politica,

economica, sociale, tecnica, ambientale), una metodologia per la valutazione delle variabili macroambientali che, partendo da una serie di fattori, consente di delineare il contesto in cui l'azienda opererà; quindi la matrice SWOT è stata utilizzata per valutare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce interne ed esterne del progetto per raggiungere un obiettivo: "la sostenibilità economica, ambientale e sociale" della società.

Una volta deciso che sarebbero stati in grado di portare avanti l'idea di business, hanno scelto la forma aziendale - cooperativa. Sembrava rispondere alla loro visione sociale ed etica e all'obiettivo dell'economia circolare. Questo tipo di lavoro è stato affidato a consulenti di marketing esterni. Queste matrici e le relative analisi sono ancora in corso e devono essere costantemente monitorate: è essenziale monitorare costantemente i cambiamenti tecnologici, giuridici, sociali e ambientali e le nuove opportunità che ne derivano con un approccio positivo, per trasformare in opportunità anche quegli aspetti che possono apparire negativi in un primo momento. Il timone per il controllo della performance aziendale è affidato ad un piano aziendale di 5 anni con obiettivi S.M.A.R.T (specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti, temporali).

AgriBios ha lavorato per due anni a una macchina che recupera materiali, e stanno ancora lavorando al suo perfezionamento. Nel 2021 hanno studiato un compost senza torba, ora disponibile sul mercato. Stanno sviluppando un sistema per migliorare l'uso del legno come fertilizzante e ammendante.

Le azioni di AgriBios seguono le richieste del mercato e sono guidate dalla necessità di riciclare i prodotti e sviluppare i sottoprodotti. Sono in grado di riutilizzare il terriccio, rivendendolo ai propri partner o a terzi; il materiale inerte rientra nel circuito vivaistico pistoiese.

Hanno investito molti anni nella creazione di una macchina che permette di recuperare il 90% di pomice e riutilizzarla per i compost nell'area pistoiese. Prima della macchina, nel 2021, recuperavano solo circa il 10% di pomice (2500 m³ dei 30.000 m³); questa viene rivenduta a vivaisti e giardinieri del pistoiese.

Nel complesso, molte delle loro materie prime esistono all'interno di un modello circolare, e tutti i fornitori di materiali di sostituzione sono raggiungibili entro un raggio di 10 km.

AgriBios sta ancora lavorando alle energie rinnovabili. Non è facile perché usano la benzina, e sostituirla può essere difficile. C'è, però, la volontà di lavorare a una conversione ecologica per eliminare l'utilizzo dell'elettricità. Stanno anche progettando di implementare fotovoltaici per i loro uffici.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

AgriBios occasionalmente collabora con alcuni agronomi e altri esperti tecnici che offrono loro consulenze. Hanno lavorato anche con la Scuola Sant'Anna di Pisa e l'Accademia dei Georgofili di Firenze. Per le sessioni strategiche iniziali hanno assunto un consulente.

Quali sono state le sfide più significative?

Convincere clienti, fornitori e istituzioni della bontà e della qualità del progetto è stata una sfida difficile. Conferendo il prodotto pagandolo e poi riacquistandolo, anche se a breve termine potrebbe sembrare costoso, a medio e lungo termine sarebbe stato rimborsato. Prima in termini ambientali e poi in termini economici, in termini di immagine del marchio. "Il primo distretto in Europa, forse nel mondo, ad avere un sistema totalmente circolare di recupero integrale degli impianti".

Un altro dei passi più impegnativi è stato avere una struttura finanziaria in grado di resistere alla fase di start-up. Poiché non disponevano di capitale di rischio proprio, i primi anni sono stati caratterizzati da un flusso di cassa negativo, per cui hanno dovuto lavorare con il sistema bancario e presentare piani aziendali. Il sistema cooperativo è stato vantaggioso per completare il sistema di garanzie, poiché molti dei loro clienti e fornitori hanno cercato di venire loro incontro con forme di pagamenti agevolati o bancabili, riconoscendo la bontà del progetto. Oggi uno dei punti di forza di Agribio sono proprio i 230 membri che li supportano nelle loro scelte.

È difficile fare investimenti, spesso a causa della burocrazia e dei permessi necessari, che sono difficili da ottenere. La maggior parte delle volte, le scale temporali aziendali non sono compatibili con le scale temporali della burocrazia e della ricerca, che le limitano in modo significativo.

AgriBios non ritiene di essere incoraggiata ad aderire a modelli e pratiche di economia circolare. Le aziende che cercano di costruire un business più rispettoso dell'ambiente con i propri soldi sono a volte anche disprezzate dai colleghi. Anche i proprietari di PMI non percepiscono il beneficio di prendersi cura dell'ambiente. È una questione culturale, e ci deve essere un senso di dovere civico. Se non c'è una cultura di fondo della sostenibilità, attuare questo tipo di cambiamenti sarà difficile.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Agribios risponde efficacemente ad un'importante esigenza delle aziende agricole del territorio pistoiese, in particolare del vivaio ornamentale, e rappresenta un modello virtuoso di economia circolare. Sono soddisfatti dei risultati e puntano a un miglioramento continuo. A livello locale, i vantaggi sono:

1. riduzione dei rifiuti verdi nelle discariche;
2. utilizzo dei sottoprodotti in agricoltura mediante la creazione di una catena di approvvigionamento locale;
3. recupero di grandi quantità di sostanze organiche e di compost in grado di contrastare la mineralizzazione dei suoli;
4. minore necessità di bruciare residui di legno;
5. aumento della produzione di energia rinnovabile da biomassa.

Che consigli avete per gli altri?

Questo è ciò che AgriBios ha imparato: giorno dopo giorno, non bisogna perdere energia per comunicare questo modello di economia senza sprechi.

E' essenziale farsi guidare dalle giovani generazioni, dialogando quotidianamente con loro e coinvolgendoli nella ricerca di soluzioni per un futuro sempre più circolare.

2. Blagichka – il primo ristorante “zero-waste” in Bulgaria



Quick overview

Anno di fondazione: 2014

Industria: agro-alimentare

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: **locale**, nazionale, UE, globale

Breve descrizione del caso: "Blagichka - ZERO WASTE" è il primo ristorante della Bulgaria zero-waste che impiega giovani svantaggiati. Questo è un luogo che unisce, da un lato, l'amore per il cibo e la preparazione di prodotti alimentari gustosi e di alta qualità e, dall'altra parte, la convinzione che i giovani sono il bene più importante della società, e che vale la pena investire in loro.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Un motivo importante per la trasformazione è stato il fondatore della società e l'atteggiamento del proprietario - era molto preoccupata per l'ambiente e consapevole di quanti rifiuti lasciamo in giro. L'azienda è stata fondata nel 2014 come società di catering tradizionale. A quel tempo, il proprietario non era a conoscenza dell'approccio zero-waste o dell'economia circolare e non era interessato a quei concetti. Quando ha capito quanti rifiuti vengono prodotti quotidianamente, ha deciso di trasformare il business. Nel 2019 la società di catering è stata trasformata nel primo ristorante zero-waste in Bulgaria.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

La trasformazione è stata effettuata in tre aspetti principali - cambiando il modo in cui si forniscono prodotti alimentari, in cui si elaborano nel ristorante e in cui si consegnano ai clienti.

Il primo passo è stato quello di cambiare il modo in cui i prodotti vengono consegnati al ristorante. Hanno trovato i fornitori che hanno acconsentito ad usare pacchetti riutilizzabili al momento della consegna. I dipendenti della società hanno anche iniziato a utilizzare pacchetti riutilizzabili nella spesa quotidiana - ad es. contenitori di vetro, scatole, borse di tela etc.

Il secondo passo è stato quello di cambiare il modo in cui i prodotti vengono utilizzati in cucina. Viene preso in considerazione l'intero potenziale di ogni prodotto che entra in cucina. Durante la lavorazione del cibo in cucina quasi tutto viene utilizzato, cercando di non sprecare nulla. Ad esempio, le bucce di frutta e verdura vengono utilizzate per fare patatine, le bucce di banana vengono utilizzate per preparare hamburger vegani, la buccia dell'anguria viene utilizzata per fare il gelato e i gambi di prezzemolo vengono utilizzati per fare il pesto.

Il minimo spreco di cibo organico che risulta dal processo di cottura va a un compostiere. C'è un grande compostier disponibile nel ristorante. Il compostiere viene utilizzato come fertilizzante naturale per le molte piante coltivate ed è disponibile ovunque nel ristorante.

Il terzo passo per chiudere il ciclo è focalizzato sul cambiamento del modo in cui il cibo prodotto viene consegnato ai clienti. I servizi di consegna ai clienti sono implementati principalmente utilizzando il trasporto ecologico - biciclette, monopattini e scooter. Ci sono diverse opzioni per i clienti: (1) quando il cibo viene consegnato, trasferirlo subito nei propri piatti e restituire i contenitori al ristorante; (2) pagare un deposito per i contenitori e riaverli al ritorno (disponibile anche quando si ordina direttamente dal ristorante); (3) portare al ristorante il proprio imballaggio riutilizzabile che viene utilizzato per consegnare il cibo in seguito (disponibile anche quando si ordina direttamente dal ristorante).

Blagichka crede anche che dare una possibilità ai giovani svantaggiati sia la propria missione e che ogni sforzo per non buttare via i rifiuti verrà sempre ripagato.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

L'implementazione del concetto "zero-waste" non richiede in realtà molte risorse. È molto più legato all'approccio delle persone. Non è facile convincere la gente che non è così difficile iniziare a vivere producendo meno rifiuti. Al ristorante, i dipendenti hanno impiegato un po' di tempo per abituarsi a fare la raccolta differenziata, utilizzando il compostiere per i rifiuti organici e usando materiali riutilizzabili per le spese di tutti i giorni.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Clienti soddisfatti che apprezzano il cibo sano e di alta qualità che viene loro offerto e che sostengono la causa dell'economia circolare.

Sostegno continuo ai giovani svantaggiati.

Sensibilizzazione e azioni concrete per sostenere gli sforzi della società nell'economia circolare e senza sprechi.

Che consigli avete per gli altri?

Piuttosto che richiedere grandi investimenti, l'implementazione del concetto zero-waste in un ristorante è legato al modo di pensare e all'atteggiamento delle persone.

Nel loro lavoro quotidiano, il ristorante Blagichka Waste-Free segue i cinque principi della filosofia ZERO WASTE:

- Rifiuta - Rifiuta le cose di cui non hai bisogno
- Riduci - Ridurre il consumo delle cose necessarie
- Riutilizza - Riutilizzare le cose
- Ricicla- Riciclare tutto ciò che non si è riusciti a rifiutare, ridurre o riutilizzare
- ROT - Compost.

3. Bohema e l'introduzione di materiali biodegradabili nell'industria calzaturiera



Quick overview

Anno di fondazione: 2013

Industria: Moda (Calzature)

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, UE, **globale**

Breve descrizione del caso: Bohema Clothing, un marchio fondato da Wioletta Wiertel e Sebastian Szypuła, produce calzature per lo più vegane e si sforza anche di essere eco-friendly. Il marchio utilizza materiali a base biologica, buccia d'uva o foglie di ananas per produrre il tessuto. I loro prodotti sono fatti a mano nella loro piccola fabbrica e altre fabbriche partner. Il marchio crea livelli minimi di magazzino e gran parte della produzione avviene dopo gli ordini.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Inizialmente, l'azienda era focalizzata sulla produzione di calzature a mano in ecopelle di ottima qualità. Poi è arrivata una pausa e la ricerca di qualcosa di nuovo, la ricerca di qualcosa che avrebbe aiutato a mantenere il business attivo rispetto ai cambiamenti che stavano avvenendo nell'industria delle calzature e dell'abbigliamento. Poiché Sebastian è vegano da 20 anni, hanno voluto fare qualcosa che evidenziasse il valore del "cruelty-free" e lo introduca nel settore delle calzature e dell'abbigliamento.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

La filosofia dei proprietari si basa su tre pilastri: fare qualcosa che sia buono per gli animali, buono per il pianeta e buono per le persone. Questo viene implementato attraverso la realizzazione di moda senza tempo e modelli di lunga durata, ma anche il comfort offerto dalla maestria artigianale e le condizioni lavorative con cui le scarpe

sono fatte. I dipendenti infatti guadagnano un salario decente e lavorano in buone condizioni.

Dopo una fase di ricerca, hanno iniziato a contattare aziende che producono biomateriale da foglie di ananas e bucce d'uva.

Della buccia d'uva che viene utilizzata, il 65% è fatto da rifiuti della produzione vinicola in Italia. L'intera produzione del materiale avviene anche in Italia. Il resto è costituito da polimeri bio-acquosi, anche sostanze chimiche, ma rispettose dell'ambiente, che permettono di lavorare questo materiale. La foglia di ananas è semplicemente un materiale a base di foglie di frutto d'ananas, che è anche materiale di scarto nelle piantagioni. E di solito questi materiali vengono inceneriti; ciò causa perdite colossali di anidride carbonica inutile nell'atmosfera. La produzione risparmierà le emissioni di biossido di carbonio prodotte dall'incenerimento. Un altro è il materiale costituito da foglie di cactus - le foglie ricrescono continuamente, e centinaia di metri di tessuto possono essere prodotti da un singolo cactus. Inoltre, il cactus è un serbatoio di carbonio naturale, il che significa che il fatto che questa piantagione sia stata creata di nuovo aiuterà ad abbassare il livello di CO2. A livello di selezione dei materiali, l'azienda fa molta attenzione per garantire che questo ciclo sia chiuso e, naturalmente, che i materiali siano riciclabili. Quando si tratta di componenti, cercano anche di utilizzare materiali riciclati, suole in gomma o comunque riciclabili.

L'azienda ha un programma sul sito web: offre la possibilità di rimandare a Bohema le scarpe consumate, che si intende buttare via o che non si vuole più. Si ottiene uno sconto del 20% su un nuovo paio di scarpe. In questo modo, il cliente può comprare un nuovo paio di scarpe a prezzo ridotto, e l'azienda ha più materiali da riciclare creativamente.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

Per produrre un prodotto di qualità, pagare bene i dipendenti e utilizzare materiali di un certo tipo, il prezzo finale delle scarpe sarà superiore al prezzo medio a cui vengono vendute le scarpe in pelle nelle grandi catene di negozi. I proprietari erano consapevoli di questo e hanno introdotto vari programmi per agevolare il cliente. Si può restituire un prodotto entro due settimane senza pagamenti extra. I pagamenti differiti o rateali possono essere utilizzati anche da Klarna System - puoi pagare 30 giorni dopo aver acquistato le scarpe.

L'azienda collabora con marchi di abbigliamento ecologico polacco, ad es. Osnova. Spesso noleggiavano scarpe per servizi fotografici di nuove collezioni. Le scarpe usate durante la sessione fotografica sono vendute a prezzo scontato.

Attualmente, una grande sfida per l'azienda è trovare imprese che riciclano scarpe fatte di biomateriali. L'azienda è stata sul mercato per un breve periodo per ora nessuno ha riconsegnato scarpe usate all'azienda. Se i clienti iniziassero a restituire le scarpe usate, l'azienda vorrebbe conservarle per inviarle in lotti più grandi da riciclare o smaltirle in modo ecologico. Stanno pensando di adottare l'approccio più sostenibile per trattare tutti questi rifiuti. Tuttavia, è ancora in lavorazione, e trovare partner commerciali che si adattano al loro profilo sostenibile è impegnativo.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il risultato più significativo è che l'azienda, attraverso i biomateriali, può fabbricare sia scarpe comode che durevoli. Un altro risultato importante è la partecipazione alla fiera della moda di New York.

Che consigli avete per gli altri?

La cosa più importante nella fase di trasformazione aziendale è la costante ricerca di nuove soluzioni e l'acquisizione di conoscenze. Puoi anche informarti sulla questione su Internet, cercando articoli su Google Scholar o frequentando corsi di formazione online. Vale la pena approfittare delle conoscenze disponibili su Internet.

4. Boutique Ritika – vestiti a noleggio



Quick overview

Anno di fondazione: 2019

Industria: Moda (vestiti)

Dimensioni: **micro <10**; piccole <50; medie <250

Livello operativo: **locale**, nazionale, UE, globale

Breve descrizione del caso: Boutique Ritika Ltd. è un'azienda che offre abiti a noleggio. Fornisce il prodotto come servizio: un modello di business in cui il cliente acquisisce un servizio per un tempo limitato mentre l'azienda mantiene la proprietà del prodotto, massimizzando così sia il fattore di utilizzo che la sua vita utile.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Ritika - vestiti a noleggio è stato creato durante un periodo di numerosi eventi formali a cui i fondatori hanno dovuto partecipare. Non potevano comprare nuovi capi per ogni occasione senza spendere molto soldi e accumulare vestiti indossati a malapena negli armadi. Ecco perché hanno deciso di implementare questo modello di moda, ampiamente conosciuto negli Stati Uniti e in Australia, dove la vita dei prodotti abbigliamento formale viene allungata. La circolarità è arrivata naturalmente insieme all'idea di progetto.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

È noto che l'industria della moda è uno dei principali inquinatori dell'ambiente perché oggi si producono grandi quantità di capi, spesso di scarsa qualità, utilizzati solo poche volte. Vengono buttati via a causa di strappi o segni di usura.

Con il noleggio, invece di comprare un nuovo capo, prendi un prodotto già fabbricato, lo usi per lo scopo previsto e lo passi ad altre persone. Quindi, è una scoperta importante

per una persona che vuole fare shopping e vivere in modo “smart”. È proprio qui che entra in gioco l'idea - hanno cercato di selezionare abiti abbastanza diversi, spettacolari e belli in modo che i clienti possano vestirsi diversamente per ogni evento, sentirsi a proprio agio e combinare bene tutti i componenti dell'outfit. Inoltre, il cliente non deve pensare alla selezione, alla consegna e alla pulizia, poiché troverà tutte le misure degli abiti nella descrizione dell'articolo e gli altri costi sono calcolati nel prezzo di noleggio.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

La sfida più grande per il business è stata la pandemia, che ha messo la società in pausa per il primo anno e mezzo.

Un'altra sfida (e opportunità) è che non smettono di cercare soluzioni più sostenibili e circolari nella loro attività (dal packaging alla qualità degli abiti che acquisiscono per la gamma di vestiti offerta).

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Offrono abiti formali e abiti esclusivi, che possono essere noleggiati per quattro giorni. Al termine del periodo di noleggio, il cliente restituisce il vestito, questo viene pulito e quindi è pronto per la persona successiva, che può indossarlo e goderselo.

Un buon esempio è che gli abiti che sono stati inclusi nella prima collezione tre anni fa sono ancora in ottime condizioni!

Che consigli avete per gli altri?

Non esitate a investire in prodotti di alta qualità (nel caso di Ritika, vestiti), perché alla fine è conveniente.

5. Un'azienda affermata nel settore della pelle di lusso si fa strada nell'EC: Conceria Antiba



Quick overview

Anno di fondazione: 1987

Industria: Moda (settore conciario)

Dimensioni: micro <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, UE, globale

Breve descrizione del caso: Nata per la progettazione, lavorazione e commercializzazione di pelli cromate e conciate al vegetale, Antiba è un'eccellenza nel settore delle pelli di lusso, con una costante attenzione all'ambiente e un codice etico interno che ha l'obiettivo di diffondere la consapevolezza a tutti gli operatori della filiera.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Antiba vende pelli finite a marchi di lusso francesi e italiani. I consumatori finali di pelletteria e calzature di lusso ultimamente si stanno interessando di più al cambiamento climatico, la perdita di biodiversità e l'inquinamento da plastica. Pertanto, i marchi del lusso sono stati esortati a dimostrare il loro impegno nel campo della sostenibilità sociale e ambientale. Dopo aver valutato l'impronta ambientale delle loro attività, i brand hanno scoperto che le loro filiere hanno un impatto considerevole in termini di impronta di carbonio. Pertanto, i brand hanno iniziato a chiedere ai loro fornitori di misurare il loro impatto e implementare strategie a medio-lungo termine per ridurlo.

Quindi, il primo motivo sono le richieste dei clienti. Quindi, gli imprenditori devono capire che trovare nuove opportunità per riciclare i rifiuti e reintrodurre i rifiuti come materie prime secondarie nel processo di produzione è un'opportunità per ridurre i costi per l'azienda e aprire nuove opportunità di business. In terzo luogo, la legislazione sta cambiando a livello europeo e tutte le imprese dovranno prima o poi attenersi alle nuove misure.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Il cammino per diventare un'azienda circolare è appena iniziato. L'azienda ha deciso di partire dalle basi, sostituendo le bottiglie di plastica con depuratori d'acqua e distribuendo thermos a tutti i dipendenti.

Poi, hanno studiato il processo di produzione dei rifiuti. Fino all'inizio del 2022, erano soliti inviare agli inceneritori enormi quantità di scotch monouso che è stato utilizzato nel processo di produzione fin dal 2015. Il costo per lo smaltimento era alto. Per caso, hanno scoperto che un'azienda locale stava raccogliendo gratuitamente un materiale simile come questo, trasformandolo in "plastica riciclata". Hanno testato lo scotch per assicurarsi che rispettasse i parametri per le sostanze soggette a restrizioni e ci hanno provato. Alla società è piaciuto il materiale e ora lo raccoglie regolarmente.

Circa il 13% dell'energia utilizzata dall'azienda proviene da fonti rinnovabili. Il 75% del loro materiale proviene da fornitori italiani. Il 35% del packaging rispetta i principi dell'economia circolare. L'azienda progetta prodotti che rispettano la LCA e lavora per evitare la produzione di rifiuti nocivi: il 45% dei prodotti chimici sottoscrive il gateway 1 & 3 di ZDHC. Il 32,6% di tutta la produzione di rifiuti originati, viene smaltito ad altre aziende (scala annuale). L'azienda assicura che le strategie di circolarità rispettino i criteri di sostenibilità e neutralità climatica, con misure strutturate come obiettivi di miglioramento, KPI specifici monitorati annualmente e linee guida specifiche.

Il processo dell'economia circolare vero e proprio è iniziato quando un esperto di sostenibilità si è unito allo staff dell'azienda all'inizio del 2022. Subito dopo, un consulente chimico con anni di esperienza in LCA e chimica sostenibile ha iniziato a lavorare con Antiba. Hanno tradotto le richieste dei clienti in un piano d'azione di piccoli e grandi progetti da sviluppare nei prossimi anni. Il piano è stato poi condiviso ai manager dell'azienda per chiedere la loro approvazione e contribuire a rendere il piano efficace.

Erano necessarie competenze tecniche, e anche una comprensione completa della produzione aziendale

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

La consulenza è stata essenziale data la mancanza di competenze specifiche all'interno dell'azienda. I clienti rimangono molto colpiti quando vengono a sapere che l'azienda ha il supporto di un responsabile chimico esperto e di un esperto di sostenibilità. Poi il

sostegno finanziario è stato dato dal governo a livello locale e nazionale. Antiba usa tuttora consulenze e chiede fondi governativi.

Quali sono state le sfide più significative?

La mentalità delle persone è il primo ostacolo. E' molto difficile cambiare certe abitudini. Formare i manager che, a loro volta, formeranno i dipendenti è un buon modo per iniziare. Quindi, c'è bisogno di esperti. Gli esperti devono discutere e capire i problemi.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il personale aziendale è alquanto soddisfatto. Persuadere la direzione dell'azienda circa l'importanza, le opportunità e i benefici dell'economia circolare è stato il primo e il più grande ostacolo e averlo fatto con successo è stato un grande risultato.

Una maggiore competitività e un più facile accesso ai fondi pubblici e ai crediti bancari saranno le conseguenze naturali di tutte queste azioni a cui Antiba sta lavorando.

Che consigli avete per gli altri?

Cercate di pensare in senso ampio; un approccio globale è essenziale. Prima di tutto occorre coinvolgere il management. Se appoggiano il cambiamento e cercano di dare l'esempio, allora gli altri dipendenti li imiteranno. Anche fare networking è molto importante parlare e discutere con esperti, partner, anche concorrenti e le persone che lavorano per altri settori. Scoprirai nuovi modi di risolvere i problemi guardando a come altre industrie affrontano le sfide.

La ricerca e lo sviluppo sono il motore del cambiamento, ma richiedono tempo e denaro. È importante sapere quali obiettivi i clienti vogliono raggiungere, ma cercate di progettare il vostro percorso in modo autonomo e abbracciate i progetti più adatti per la vostra azienda. Iniziate con un'analisi LCA (Life Cycle Assessment) per capire l'impronta complessiva dell'azienda e scoprire qual è il dipartimento dell'azienda che ha più bisogno di migliorare in termini di impatto ambientale. Senza l'analisi dei dati attraverso una corretta valutazione del ciclo di vita, qualsiasi azione pianificata rischia di essere inutile o non sufficientemente efficace.

Spiegate a manager e imprenditori che cosa si intende con "economia circolare". Mostra loro esempi di comunità e aziende che hanno avuto successo sfruttando le opportunità delle economie circolari. Molti manager e imprenditori pensano al denaro. Se l'economia circolare viene vista come un'opportunità per fare più soldi o per tagliare i costi, saranno persuasi a provarla.

Per diffondere, informare, comunicare e sensibilizzare su questo argomento consigliamo la formazione di persone che lavorano per le banche, la pubblica amministrazione, le amministrazioni locali. Lasciate che scoprano e capiscano che cos'è l'economia circolare. Così potranno utilizzare questa conoscenza per finanziare

correttamente tutte quelle aziende e start-up che daranno un impulso alla transizione circolare.

6. Il riciclo creativo inizia in progettazione: le soluzioni B2B e B2C di Deko Eko



Quick overview

Anno di fondazione: 1987

Industria: E-commerce, Consulenze

Dimensioni: **micro <10**; medie <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **UE**, globale

Breve descrizione del caso: La missione di Deko Eko è di trasformare i rifiuti in profitto, facilitando il più alto salto di valore possibile - da zero a un prodotto pronto per il mercato. Intorno al 2016 l'azienda ha iniziato a concentrarsi sulle soluzioni B2B, che includono l'analisi dei rifiuti prodotti, la consulenza, il riutilizzo e le idee di upcycle, "Brand Upcycling". Per B2C forniscono un negozio online, dekoeko.com, che offre centinaia di prodotti riciclati pronti all'ordine e upcycling, dall'arredamento alla moda.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Deko Eko è operativo da oltre 9 anni. L'ispirazione per il business circolare è venuta dal proprietario della società Agata Frankiewicz. Ha riportato l'idea da un viaggio in Asia, dove ha visto grandi esempi di prodotti "upcycled". È stato ispirato da questo approccio pro-ecologico.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Il nuovo modello di business dell'azienda si basa su un'analisi completa dei rifiuti generati dal cliente e sulla ricerca di modi per gestirli attraverso l'upcycling, ad esempio dando un valore maggiore a prodotti e materiali apparentemente usati.

L'azienda coordina l'intero processo, partendo dall'analisi delle proprietà dei rifiuti, dalle idee su ciò per cui possono essere riciclati, analizzando le possibilità tecniche di

produrre nuovi gadget da questi rifiuti, fino alla produzione di un nuovo prodotto dai rifiuti del cliente. Diverse aziende e specialisti nel campo dell'analisi chimica dei rifiuti, del riciclaggio e dell'artigianato sono coinvolti in questo processo.

Un momento di svolta per l'azienda è stato il 2020 e la cooperazione con Castorama. Castorama si è rivolta a Deko Eko con il problema della gestione delle pellicole dell'imballaggio. L'idea dei vasi "ecologici" è iniziata con la questione dei rifiuti stessi dei negozi Castorama - ad esempio, fogli di imballaggi protettivi, cartoni e singoli prodotti. Deko Eko era alla ricerca di un'opzione per creare un prodotto di consumo da questi rifiuti. I rifiuti di lamina vengono granulati e pressati per produrre vasi di plastica. 5 partner di riciclaggio sono responsabili del processo di produzione.

In questo modo, Deko Eko aiuta Castorama a gestire 1.500 tonnellate di rifiuti di plastica all'anno. Da questa quantità di rifiuti, diverse centinaia di migliaia di vasi upcycled sono realizzati in plastica di alta qualità che può essere riciclata.

Ora l'azienda ha avviato una cooperazione di rete con McDonald's su un progetto per riciclare i fondi di caffè della catena nella produzione di tazze che verranno utilizzate nelle vendite.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Il fattore che ha permesso al modello di business di cambiare e all'azienda di crescere rapidamente è stato il supporto del Prof. Bolesław Rok, il creatore della RSI polacca - che ha visto il potenziale dell'upcycling nelle attività di RS, ha investito una piccola quantità di denaro nel business e ha contribuito a creare un'offerta B2B.

Nel 2018, l'azienda ha preso parte a un programma di accelerazione nei Paesi Bassi. Lì hanno visto un enorme potenziale in Deko Eko. Con un gruppo di esperti, si è deciso che l'azienda avrebbe sviluppato un'offerta B2B e non avrebbe potenziato ulteriormente l'offerta di e-commerce per il singolo cliente.

Quali sono state le sfide più significative?

Deko Eko è nata come azienda individuale senza molto capitale di avviamento. Durante la creazione di un e-commerce - negozio online con prodotti (decorazioni, mobili) creati da rifiuti, non si era ancora capito bene quale fosse lo scopo di progettare nuovi prodotti a partire da rifiuti. La gente, in realtà, non vedeva il valore nell'acquisto dei prodotti upcycled. La sfida più grande nelle prime fasi di sviluppo dell'azienda è stata convincere gli investitori che c'era potenziale nell'upcycling.

Era anche difficile entrare nei mercati esteri, con clienti più consapevoli e più ricchi, perché i prodotti offerti dal negozio erano designer e piuttosto costosi - non c'erano investitori che potessero aiutare a scalare e quindi abbassare i prezzi. La società ha cercato di entrare nel mercato tedesco con la piattaforma, ma mancava il capitale di investimento per creare una versione inglese del sito, assumere un manager, fare

pubblicità. Tuttavia, gli investitori non vedevano la necessità di intraprendere attività di RSI, per attuare politiche pro-ambientali nelle aziende.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il più grande risultato della società è stato quello di costruire un ecosistema di partner - designer dell'upcycling e riciclatori, con i quali l'azienda ha lavorato dalla fase di sviluppo e-commerce.

Un altro risultato è stato quello di riuscire a sopravvivere a tempi difficili e entrare in una nicchia di mercato - quella dell'upcycling - e di sviluppare un modello di business forte che ha permesso alla società di accelerare la sua crescita.

Che consigli avete per gli altri?

E' importante creare un business coerente con voi stessi e le vostre convinzioni. Unire i vostri punti di forza e usarli tutti nel vostro business.

Iniziando la trasformazione e-circolare, un'azienda dovrebbe vedere il valore nei suoi rifiuti - cercare di trasformarlo in profitto.

7. Ergodesign – il cambiamento circolare di Design ergodesign

Quick overview

Anno di fondazione: 1993

Industria: Design e consulenza

Dimensioni: micro <10; **piccole <50;** medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, UE, **globale**

Breve descrizione del caso: Ergodesign nasce negli anni Novanta come consulente di design. Dal 2010, sono passati dalla progettazione incentrata sul prodotto e sull'utente alla progettazione strategica, influenzando il modello di business del cliente e l'organizzazione nel suo complesso. Hanno creduto nella propria competenza di progettazione strategica e nel potere del design di cambiare il business. Poi, hanno deciso di passare alla sostenibilità e hanno implementato la circolarità come una delle loro caratteristiche principali di progettazione. Nel 2020 ha avuto inizio la loro trasformazione circolare.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Come designer, sono sempre stati sensibili all'impatto sociale e ambientale delle loro creazioni. A partire dalla pandemia di Covid nel 2020, l'interesse del mondo degli affari e del pubblico si è rivolto al futuro. Inoltre, le nuove politiche della regione dell'Unione europea, e più di tutti il Green Deal, stanno imponendo un ampliamento dell'orizzonte temporale per la riflessione e l'azione strategica.

Ciò che li ha convinti dell'economia circolare è che si tratta di un sistema economico completamente nuovo. È di natura olistica. E non è teorico, ma orientato all'azione. E questo è qualcosa su cui si può lavorare con l'attivismo del design.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Qual è stato il processo della loro trasformazione? Lo hanno portato avanti come una squadra. In ogni fase, un gruppo diverso ha avuto un impatto decisivo.

1st Go Green: ricerca e formazione, prontezza aziendale.

La prima fase è stata quella dell'apprendimento, che abbiamo chiamato Go Green. Un'attività importante è stata quella di integrare la circolarità nella nostra mission e visione aziendale. Più di 20 workshop interni. Progetti di ricerca su materiali e strumenti. La creazione di un nostro toolkit e best practice. Il lancio del proprio podcast sul design circolare.

Con la direzione e un gruppo appositamente formato, l'intero team è stato coinvolto nella formazione educativa.

2° Circolare di Ergodesign: esperimenti e progetti pilota.

Dopo un anno, si sono sentiti pronti per implementare le prime misure circolari. I loro clienti e progetti di vita reale sono ciò che li motiva di più. Hanno già lavorato con una start-up circolare sul loro progetto circolare. Lavorano con marchi affermati per ridefinire la loro proposta di valore per essere più user e planet friendly. Lavorano anche con aziende tradizionali per gestire i materiali nella loro produzione.

Hanno fatto affidamento su agenti di cambio assegnati da progettisti e consulenti.

3° Transizione circolare del progetto: offerta ufficiale di servizi e promozione del disegno circolare.

Hanno lavorato per costruire l'immagine e la posizione di un'azienda la cui competenza principale è la circolarità. Lavorano costantemente per ampliare lo spettro del loro know-how e delle loro capacità. Tuttavia si concentrano soprattutto sui progetti dei clienti per espandere la loro gamma di casi studio e implementazioni.

L'intero team di ogni reparto lavora su aspetti circolari specializzati del proprio campo.

Inizialmente si sono basati su materiali della Ellen MacArthur Foundation. La metodologia creata dagli esperti di TU Delft è stata una grande aggiunta.

Attualmente la loro offerta comprende:

- consulenza sulla trasformazione circolare delle organizzazioni dei clienti,
- progettazione di modelli di business circolari,
- progettazione di prodotti e servizi circolari che apportino vantaggi ambientali ai clienti

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

Lo sviluppo di un processo di cambiamento e il continuo aggiornamento degli obiettivi dipendono dallo stato dell'arte degli sviluppi. Sono una delle organizzazioni ad aver intrapreso per prime questo processo.

Il fatto che l'applicazione pratica della circolarità fosse ignorata dal mondo degli affari, e che non ci fosse nessun caso studio significativo da cui prendere esempio né KPI per le imprese, hanno rappresentato delle sfide importanti. Il processo globale di trasformazione verso un'economia circolare è ancora agli inizi e non esistono soluzioni pronte per l'uso.

Anche l'immaturità del mercato è stata un problema. Pur essendo convinti che l'approccio circolare sia adatto a qualsiasi azienda, la maggior parte delle imprese ha bisogno di essere formata a partire da zero sul paradigma delle circolarità, le soluzioni e i benefici che questa porta.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Hanno creato una metodologia propria e hanno coinvolto l'intero team in questo approccio.

Ricoprono la posizione di leader circolare nel settore della consulenza e del design con un'offerta pratica attraente per supportare le attività dei clienti.

Hanno sviluppato una gamma di implementazioni e casi di studio che misura il loro impatto circolare.

Che consigli avete per gli altri?

1. È fondamentale che i membri del consiglio di amministrazione designino la circolarità come nuovo valore aziendale, perché in tal modo essa può essere diffusa, e si può creare una squadra che ci lavori. Come con tutti i cambiamenti significativi, un criterio di successo è quello di costruire una cultura aziendale e far sì che la squadra la senta come propria

2. Molte delle loro attività possono essere svolte da esperti esterni o da imprese come la loro. Al giorno d'oggi, la metodologia e il know-how possono essere acquistati più facilmente, e non è necessario apprenderli autonomamente. Ciò non fa che rafforzare la conclusione che la circolarità non può essere ottenuta all'interno di un'unica società. Richiede collaborazione.

3. L'integrazione dei principi dell'economia circolare e delle imprese dovrebbe iniziare con la definizione degli obiettivi strategici di business e il coinvolgimento di persone chiave nel processo di cambiamento. Tuttavia, piuttosto che trasformare l'intera organizzazione, raccomandano di iniziare il processo trasformativo con alcuni progetti pilota in quelle che chiamano condizioni di start-up. Questo permette di raggiungere velocemente piccoli traguardi, forma il team dell'organizzazione e consente la valutazione.

8. Ergolain – inizia da te stesso



Quick overview

Anno di fondazione: 2001

Industria: Arredamento

Dimensioni: micro <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **UE**, globale

Breve descrizione del caso: Negli ultimi anni, Ergolain ha adottato diverse pratiche circolari nella sua struttura aziendale. Un elemento che spicca è lo sforzo costante di coinvolgere i dipendenti e rendere la sostenibilità parte della propria identità aziendale. Dalle sfide personali, alla sensibilizzazione attraverso relatori esterni e semplici cambiamenti nelle azioni quotidiane, questo è il luogo dove inizia la strategia di sostenibilità. Uno dei risultati concreti di tale approccio ha portato un membro del personale del team di produzione a suggerire un nuovo design del prodotto che non solo ha permesso di ridurre gli sprechi e ha avuto come risultato una produzione più considerevole dalla stessa quantità di materiale, ma è anche diventato uno dei prodotti più venduti dell'azienda.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

L'interesse iniziale per le pratiche circolari si è fatto strada nell'azienda in quanto tendenza globale. Non è stata una normativa specifica o la pressione del cliente a ispirarli. L'azienda lavora molto con i brand scandinavi. Ci sono state molte pratiche che hanno preso come buone, applicandole alla propria attività.

La maggior parte dei cambiamenti proviene dal top management, ma tutti i dipendenti sono coinvolti nella loro implementazione.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

L'azienda ha iniziato a cambiare a partire dal livello individuale. Hanno sostituito le bottiglie di plastica con quelle di vetro. Non ci sono più bidoni della spazzatura in ufficio, promuovono ai dipendenti la riduzione dell'utilizzo dell'automobile e offrono un servizio di noleggio bicicletta o scooter in ufficio. Le sfide della sostenibilità che promuovono comportamenti ecologici aiutano a costruire una cultura aziendale più coerente e sono molto importanti nella gestione strategica del cambiamento. Permettono ai dipendenti di "acquistare" e incorporare la sostenibilità come parte della propria identità.

Recentemente, hanno introdotto un ruolo specifico in azienda, cioè quello del project manager della sostenibilità. Ora, tutte le iniziative che l'azienda implementa nel settore della sostenibilità e della circolarità sono coordinate, e il cambiamento è pianificato più sistematicamente.

Hanno implementato nella produzione la metodologia LEAN, che consente di ridurre gli sprechi fisici e processuali. Scelgono fornitori che lavorano in modo sostenibile e circolare. Vengono condotte interviste annuali con ogni fornitore, durante la quali le aziende coinvolte discutono dei possibili modi per adottare approcci ancora più circolari. Se il fornitore non ha una strategia di sostenibilità, alla fine, la partnership sarà terminata.

La società ha condotto una verifica dei materiali utilizzati per capire come migliorarli. Hanno scoperto che, in alcuni casi, possono utilizzare scarti che altrimenti sarebbero smaltiti come rifiuti. Per i progettisti c'era la necessità di acquisire nuove competenze e studiare come lavorare con i nuovi materiali.

Recentemente l'azienda ha iniziato ad offrire un servizio di rinnovo mobili. Stanno progettando di espanderlo e fornire un servizio che vada al di là dei mobili prodotti da Ergolain. C'è una garanzia di 5 anni anche per i mobili che producono loro.

L'azienda utilizza strategie del "qui e ora" che si concentrano su piccoli ma rapidi cambiamenti; questo assicura innovazione e cambiamento costanti.

Hanno una regola per cui gli addetti vendita devono sempre suggerire soluzioni sostenibili al cliente, anche se di solito queste costano di più.

Una delle ultime idee implementate è stato un nuovo design di un tavolo chiamato Big Green. L'idea è nata da un operaio della produzione, che ha suggerito un design più efficiente che permettesse di creare una doppia quantità di piani e ridurre gli sprechi di almeno il 15% dalla stessa quantità di materiale. Questa idea comporta conseguenze positive sia in termini di sostenibilità che economici.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Tutti gli investimenti sono stati fatti a partire da capitali propri. È stato positivo che l'azienda abbia intrattenuto molti rapporti con gli attori globali, che hanno contattato l'azienda e chiesto di fornire formazione al loro personale su argomenti specifici.

Quali sono state le sfide più significative?

L'imballaggio ci mette ancora in difficoltà. L'azienda non produce mobili standard, il che significa che le soluzioni di imballaggio standard non sono applicabili. Attualmente stanno lavorando in questa direzione, alla ricerca di nuove risposte.

C'è ancora una grande difficoltà con i mobili imbottiti. Alcune aziende globali stanno iniziando a innovare su scala più grande con questi, ma c'è ancora molto margine di miglioramento.

All'inizio, alcuni dei dipendenti erano più riluttanti verso il cambiamento. Anche se hanno valutato positivamente la sostenibilità, erano preoccupati per i prezzi più elevati e le proposte di valore per i clienti. Il coinvolgimento individuale nella creazione del cambiamento, le sfide personali e la costante sensibilizzazione hanno contribuito a risolvere questo problema.

A volte il problema sono i soldi. Alcune decisioni richiedono investimenti considerevoli e non è sempre possibile garantire contemporaneamente tutte le somme necessarie per tutti i cambiamenti.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

I dipendenti dell'azienda conoscono bene la strategia aziendale e vedono la sostenibilità come parte della loro identità e responsabilità personale.

Un focus strategico su pratiche sostenibili e circolari ha permesso la riorganizzazione delle precedenti reti di fornitori. Ora l'azienda ha catene di fornitura più robuste, basate sul valore e non esclusivamente su aspetti economici. Funziona anche come rete di supporto e mutuo apprendimento.

Il design del tavolo Big Green è un successo. È ecologico e uno dei prodotti più venduti dell'azienda.

Che consigli avete per gli altri?

Il cambiamento va intrapreso insieme ai propri dipendenti. Devono essere e sentirsi parte integrante della strategia aziendale. Le sfide personali e gli esempi individuali potrebbero aiutare a costruire una nuova cultura aziendale.

Tutti devono capire la strategia, altrimenti non funzionerà. Tutti dovranno intraprendere un percorso di cambiamento ed essere più sostenibili e circolari. Anche se pensi che questo cambiamento non sia facile, non dovresti dimenticare che più lo rimandi, più sarà difficile. E' meglio anticipare la concorrenza, in quanto potrebbe anche portare valore economico.

9. GREENFILL3D e il lavoro innovativo nel campo della stampa 3D ecologica



Quick overview

Anno di fondazione: 2021

Industria: 3D printing

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **UE**, globale

Breve descrizione del caso: Centrum Druku 3D con il marchio GREENFILL3D è una società fondata da Pawel Slusarczyk, che opera all'intersezione di tre aree:

1. produzione di bioplastiche ecologiche, a base di materiali biodegradabili o riciclati, mescolati con ingredienti naturali (ad es. crusca di frumento). I tre materiali rivoluzionari utilizzati dall'azienda sono GF3D Branfill3d (crusca di grano), BioWOOD (legno in polvere) e BioCREATE (materiale compostabile),
2. produzione 3D utilizzando questi materiali (stand pubblicitari, regali, gadget promozionali),
3. gestione del più grande portale online sulla stampa 3D in Polonia <https://centrumdruku3d.pl/>, servizi di formazione e consulenza per la stampa 3D.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Nel 2018 e nel 2019, CD3D Sp. z o.o., l'azienda che sta dietro il sito Centrum Druku 3D, ha cercato di creare un bioprinter per la stampa 3D che utilizzasse biomateriali al posto del filamento plastico per creare strutture per la coltura cellulare in condizioni di laboratorio e per scopi scientifici. L'idea principale era quella di creare impianti ossei innovativi, bio-stampati da un composito di materiali termoplastici bioinerti e biocompatibili saturi di polvere ossea. Dopo che l'impianto veniva inserito nel corpo del paziente, il materiale termoplastico doveva dissolversi nel corpo senza danneggiarne la salute. La polvere ossea rilasciata avrebbe dovuto stimolare la crescita delle ossa esistenti, creando una nuova struttura ossea sull'impianto in dissoluzione.

Allo stesso tempo, l'azienda ha svolto un lavoro concettuale sull'utilizzo dei propri bioprinter per la stampa 3D dagli avanzi di cibo. Nel 2019, l'azienda ha incontrato il Gruppo MASPEX, che ha espresso interesse iniziale per questa soluzione, ma nessuna collaborazione ha avuto luogo in quel momento.

L'idea è stata implementata ma nessun fondo di investimento avrebbe permesso lo sviluppo del business e la produzione di bioprinter 3D su larga scala. Alla fine il progetto è stato chiuso.

Nel 2021 Maspex Group (uno dei maggiori produttori di prodotti alimentari come pasta e cereali per la colazione in Polonia) è venuto a Centrum Druku 3D per trovare un altro modo per fare applicazioni di imballaggio e pubblicità. La ragione di ciò era che la produzione di carta in Cina aveva attraversato periodi difficili di produzione e logistica causati dalla pandemia di Covid19, e le risorse erano scarse.

L'idea dell'economia circolare ha dato all'azienda l'idea di creare una piena circolazione della materia prima - scarti di produzione (crusca di grano) dell'azienda Maspex. I proprietari del CD3D hanno deciso di avviare una nuova società dedicata a questa area di operazioni e separarla dal business editoriale e di formazione. Nasce così GREENFiL3D che trasforma la crusca di grano in materiale per stampanti 3D. Con una grande fabbrica di stampanti 3D, GREENFill3D 3D stampa stand pubblicitari che pubblicizzano la pasta stessa.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Nella fase di produzione del materiale per la stampante 3D è stata stabilita una collaborazione con un'azienda partner che crea anche materiale per la stampa 3D. Inoltre, l'Accademia Nazionale delle Scienze e i suoi scienziati sono stati coinvolti nella prima fase della ricerca. Hanno utilizzato diverse soluzioni nella fase di pre-elaborazione. In un ambiente di laboratorio, alcuni progetti possono essere puramente scientifici e non funzionare in ambiente industriale. Questa esperienza ha dimostrato che, per essere certo che qualcosa funzioni, devi testarlo nel mondo reale. Quindi, dovete essere molto coscienti di ciò che il laboratorio sta facendo e continuare a fare loro domande. Prima di iniziare la produzione, questi materiali devono essere adeguatamente preparati.

L'azienda ora si concentra sulla produzione di applicazioni biodegradabili e stand pubblicitari utilizzando la stampa 3D. Con questo obiettivo hanno acquistato nuove stampanti 3D che sono sostanzialmente modificate e adattate alle esigenze di produzione di biomateriali: cambio di software, cablaggio e vari componenti meccanici. Producono piccole quantità di prodotti per evitare la sovrapproduzione. Offrono esattamente ciò di cui il cliente ha bisogno.

L'azienda ritiene necessario implementare soluzioni più circolari nell'approccio del marketing e della pubblicità. I loro regali bio fatti da una stampante 3D possono diventare una svolta nel settore della pubblicità.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

L'azienda si è sviluppata grazie alle sue risorse finanziarie e alla collaborazione con Maspex, il più importante produttore alimentare polacco. Nel maggio 2022 Polski Instytut Badań I Rozwoju (PIBiR) ha investito 0,85 mln. PLN per l'ulteriore sviluppo della tecnologia GREENFILL3D nei materiali ecologici e l'adattamento di un'altra soluzione come la stampa 3D a colori.

Quali sono state le sfide più significative?

Una delle difficoltà più rilevanti è stata l'attesa di un sostegno finanziario per produrre stampanti innovative. Inoltre, è emerso che in Polonia non vi era alcun interesse per questo tipo di stampanti. Il mercato dei materiali biodegradabili ha iniziato da poco a guadagnare popolarità in Polonia.

A causa della mancanza di finanziamenti, la società ha dovuto abbandonare l'idea di produrre le sue stampanti originali. Questo è stato un fallimento e di, conseguenza, un'esperienza molto difficile per i fondatori.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il miglior risultato dell'azienda è la fornitura di nuovi materiali e prodotti 3D ecologici, e il non aver paura di correre rischi.

Grazie alla stampa 3D supportano altre aziende nell'implementazione di tecnologie circolari perché ciò può cambiare l'intero processo logistico del settore. La stampa 3D non sostituirà mai la produzione di massa, ma, ad esempio, può essere evitato lo stoccaggio di pezzi di ricambio perché, grazie alla stampa 3D, tali parti possono essere prodotte su ordinazione piuttosto che essere stoccate.

Che consigli avete per gli altri?

Quando si avvia un cambiamento in un'azienda o si lavora a una soluzione innovativa, è necessario affrontare l'intero processo con grande umiltà.

Bisogna agire per piccoli passi. E' importante parlare con le persone nel modo giusto, non partendo dal solo punto di vista ecologico, perché questo talvolta sembra astratto. È più un fattore economico: "questo ci permetterà di accelerare i processi". Come posso usare i materiali che ho già? Il fattore economico è la cosa più importante, e l'ecologia fa parte di questo. Le aziende adattano le cose che hanno già (zero-waste), e partendo dalle piccole cose, vanno oltre. È essenziale fare cose buone per l'azienda e, allo stesso tempo, buone per il mondo e per l'ambiente.

10. Handelek e Rebread – maestri nell’evitare lo spreco del pane

REBREAD

Quick overview

Anno di fondazione: 2017

Industria: Food

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **UE**, globale

Breve descrizione del caso: Handelek è un bistrot per la colazione e panetteria artigianale fondato a Cracovia da Katarzyna Młynarczyk nel 2017. L’obiettivo iniziale era fornire pane ai locali gastronomici, servendo colazioni tradizionali, tipiche di Cracovia, sane e naturali.

La pandemia COVID-19 ha causato una svolta nella storia dell'azienda, e nel 2020 ha dato il via alla costruzione del nuovo marchio Rebread, concentrandosi sull'introduzione di soluzioni atte a salvare il surplus di pane dallo spreco. L'azienda sostituisce fino al 20% della farina con pane raffermo macinato e produce nuovi prodotti utilizzando pane raffermo, ad esempio alcol, bevande probiotiche e cosmetici.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

I proprietari di Handelek si sentivano legati all'idea dello zero-waste, quindi iniziarono a porsi come obiettivo quello di non sprecare il pane che producevano. Prima della pandemia, un contadino locale veniva a ritirare il loro pane invenduto e lo usava come mangime per il bestiame.

Nessuno pensava che la pandemia COVID-19 nel 2020 potesse influenzare lo sviluppo dell'azienda in una direzione completamente sconosciuta. Il blocco pandemico ha avuto come conseguenza la cessazione dell’attività di raccolta del pane del contadino.

In Polonia, il pane è sacro e lo spreco è considerato un sacrilegio. Quindi dare una seconda vita al pane raffermo in Polonia ha un significato speciale, simbolico. Ed è per questo che i proprietari non potevano permettere che il pane andasse sprecato e cominciarono a chiedersi che cosa potessero fare per non sprecare il pane.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Ci è voluto un anno per attuare l'intero processo di economia circolare.

Di fronte al problema dello spreco di pane invenduto, i proprietari di Handelek hanno guardato a internet e hanno iniziato la ricerca di ispirazione.

Hanno imparato che è possibile produrre alcol di alta qualità da pane raffermo, e il lockdown ha stimolato la creatività. Dopo sei mesi di raccolta del pane invenduto, hanno trasportato 0,5 tonnellate alla distilleria, da cui sono state fatte circa 550 bottiglie di spirito. Si è scoperto che era alcool con un gusto unico poiché il pane raffermo conteneva aggiunte di cereali, noci e mirtilli.

I fondatori hanno deciso di fondare un nuovo marchio, Rebread, e implementare un modello di economia circolare utilizzando il surplus di pane e cambiando le ricette in panetteria rendendole circolari - sostituire fino al 20 per cento della farina con pane raffermo macinato e produrre un nuovo prodotto utilizzando pane raffermo per cosmetici, per esempio.

Hanno contattato altri panifici di Cracovia che forniscono pane invenduto per produrre alcol. Sono iniziate le prove di laboratorio sulla composizione e sulle proprietà del pane raffermo. Sulla base dei risultati raccolti, il team ha iniziato a considerare come utilizzare il pane raffermo. Un team interdisciplinare ha lavorato con metodi di brainstorming e mind-mapping per creare un nuovo uso del pane. Il risultato del lavoro del team è stata l'idea di utilizzare il pane raffermo per "ri-cuocere" la linea di pane e cosmetici.

Rebread sta anche lavorando al processo di fermentazione del pane raffermo e utilizza tali materie prime per fare bevande - kvass, breadbucha e bevande probiotiche. Inoltre, insieme all'Università dell'Agricoltura, stanno lavorando su un sostituto della carne utilizzando stampi commestibili - questo è il futuro dell'alimentazione. L'ultimo modo è trasformare il pane che è già diventato rifiuto in fertilizzante o biogas.

Insieme alla società Green Fill 3D, stanno anche lavorando alla stampa 3D da filamenti biodegradabili realizzati al 40% da pane raffermo.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Per i progetti di ricerca relativi alla verifica dell'uso del pane raffermo per la ri-produzione, l'azienda ha ricevuto il sostegno del Centro Małopolska per l'imprenditoria sotto forma di un voucher per l'innovazione. La ricerca è condotta in collaborazione con l'Università di Agricoltura di Cracovia.

Quali sono state le sfide più significative?

Nella fase di implementazione di un circuito chiuso di pane e raccolta di materie prime stantie, l'azienda ha riscontrato un problema di mancanza di spazio nei piccoli panifici,

per conservare e separare i prodotti da forno invenduti. Hanno dovuto sostituire le scatole di pane, che occupavano molto spazio nei negozi.

Cercando la soluzione al problema, il team si è basato sul principio di base dell'azienda- "Non compriamo nulla di nuovo; ci affidiamo a ciò che abbiamo o ciò che viene sprecato da altri. Inoltre non vogliamo produrre nuove borse o contenitori con il nostro marchio".

Hanno trovato un'altra soluzione circolare per utilizzare i sacchetti che vengono gettati via da piante di torrefazione del caffè per raccogliere il pane stantio nei panifici partner. Le borse sono state adattate alle esigenze di Rebread e soddisfano perfettamente la loro funzione.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Uno dei risultati più importanti è l'implementazione di un ciclo chiuso di pane avanzato che riduce lo spreco di cibo e pane. Il processo di utilizzo del pane in eccesso è stato testato e qualsiasi panificio può facilmente avviarlo. Ciò che è essenziale è che il pane cotto con l'uso di resti macinati di pane raffermo mostra migliori proprietà e può essere conservato più a lungo.

L'azienda ha ottenuto il primo posto nel concorso GOZ Biznes - Lider Małopolski 2022 (Circular Business - Regional Leader 2022) per tutte le idee e le attività.

Che consigli avete per gli altri?

L'attività circolare è redditizia. Molti panifici hanno chiesto ai proprietari di Handelek se fosse redditizio raccogliere il pane raffermo e trasformarlo in farina. Dopo tutto, è più economico usare la farina fresca. Attualmente, nell'era dell'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari e delle limitate forniture di grano causate dalla crisi climatica e dalla guerra in Ucraina, nessuno si chiede se quello sia redditizio. Risparmiare cibo invenduto non è più un'eco-tendenza, ma una necessità.

Questo è essenziale: il circuito chiuso dovrebbe essere locale - quindi è possibile ottenere prezzi competitivi e qualità adeguata per il cliente. Non si possono ignorare i costi ambientali.

Nella progettazione di processi circolari, i prodotti e le procedure non devono costituire un onere supplementare ripetuto per l'ambiente: non sono ad alta intensità energetica, ad alte emissioni e non generano eccedenze di produzione. È essenziale che il trattamento dei rifiuti non causi altri rifiuti problematici.

11. Humana Nova – industria tessile che contribuisce a soluzioni innovative per le persone, i profitti e il pianeta



Quick overview

Anno di fondazione: 2011

Industria: Moda

Dimensioni: micro <10; **piccole <50;** medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **UE**, globale

Breve descrizione del caso: Il caso rappresenta il funzionamento del soggetto giuridico - impresa sociale (imprenditore sociale) Humana Nova nel rispondere a tre problemi pressanti delle società di oggi: affrontare lo smaltimento dei rifiuti tessili, impiegare gruppi svantaggiati e investire i profitti in modo responsabile.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

La cooperativa sociale Humana Nova Čakovec è stata fondata nel 2011 come parte del progetto ESCO "Educazione per le cooperative sociali - nuove opportunità per le persone con disabilità" attuato dal Centro Autonomo - ACT (ora Gruppo ACT).

Guidata allo stesso modo da obiettivi sociali, ecologici ed economici, si prefigge di risolvere le difficoltà della comunità locale. Nel 2011, le persone con disabilità erano circa il 10% della popolazione totale della contea di Međimurje (quasi il doppio rispetto alle altre contee), e non c'era una soluzione sistematica per il loro impiego. Circa il nove per cento della popolazione era costituito da membri della minoranza nazionale rom, che apparteneva anche al gruppo delle persone meno occupabili. Nello stesso periodo, l'industria tessile nella contea di Međimurje è crollata, così tanti lavoratori tessili hanno perso il lavoro.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

La cooperativa sociale Humana Nova è un'impresa sociale che fornisce una risposta a 3 pressanti problemi della società di oggi:

Integrazione dei gruppi socialmente emarginati nella società.

L'iniziativa - ASSUMIAMO persone con disabilità e altri gruppi sociali i cui problemi nella società di oggi non hanno una risposta di qualità. In questo modo, la Cooperativa contribuisce attivamente allo sviluppo sostenibile della comunità locale, aumentando la soddisfazione e la qualità della vita delle persone emarginate e riducendo la povertà.

Smaltimento delle eccedenze tessili e cura del pianeta.

L'iniziativa - SMALTIAMO le eccedenze tessili riciclandole o riutilizzandole attraverso l'usato o la riprogettazione. Solo nel 2020 hanno impedito che 400 tonnellate di tessuti finissero nelle discariche. Hanno un impianto di cucito a Čakovec, in Croazia. Se usano nuovi materiali, preferiscono quelli di provenienza locale e materiali ecologici certificati dalla Turchia.

In una cooperativa, raccolgono tessuti che le persone portano direttamente a Humana Nova e lasciano in uno dei loro contenitori o nei cantieri di riciclaggio delle aziende di servizi locali con cui collaborano.

Hanno messo l'utilizzabile, cioè la parte indossabile dei tessuti di abbigliamento raccolti, in vendita nel loro negozio di seconda mano, dove il loro ciclo di vita viene allungato. Estraggono inoltre cotone da tessuti inutilizzabili, che vengono tagliati in stracci industriali e reimmessi in commercio per il settore industriale.

Il tessuto che rimane dopo questa separazione viene elaborato in collaborazione con la società Zabok Regeneracija, dove entra nel processo di macinazione, cioè riciclaggio. Attraverso tale lavorazione, il tessuto scartato diventa una preziosa materia prima - che viene poi creata in feltro o tessuto non tessuto, che lo staff di Human Nova confeziona, e che Regeneracija esporta verso l'Unione europea. In questo modo, usano tutti i tessuti raccolti e completano il processo con cui i tessuti scartati ottengono una nuova funzione, e le persone hanno la possibilità di vivere una vita dignitosa.

Investimento del profitto in ulteriore sviluppo e sopravvivenza.

L'iniziativa - INVESTIAMO profitti per tutelare i posti di lavoro, crearne di nuovi, e favorire l'ulteriore sviluppo e l'espansione del business, nel rispetto del benessere della comunità. L'obiettivo primario di Humana Nova è l'impatto sociale, il profitto generato viene utilizzato a beneficio del raggiungimento dell'obiettivo cooperativo. Anche se una cooperativa è un'entità giuridica, la governance è condivisa tra i suoi membri.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Il sostegno è stato ottenuto attraverso sovvenzioni statali e fondi UE. Ma oltre il 95% dei fondi per la sostenibilità e lo sviluppo del business si riferiscono al lavoro sul mercato e alla vendita di prodotti e servizi.

Quali sono state le sfide più significative?

Non hanno mai avuto un supporto sostenibile a livello nazionale e regionale e non hanno potuto presentare domanda di appalto pubblico a causa della forma giuridica di "cooperazione".

C'era il problema del basso sostegno statale per la minore produttività delle persone con disabilità (e per i gruppi emarginati, non c'era e non c'è alcun sostegno). Inoltre, le sovvenzioni non coprivano tutti i costi sostenuti a causa di problemi di salute dei lavoratori. La ridotta efficienza lavorativa delle persone con disabilità e un alto tasso di assenze per malattia sono difficoltà che Humana Nova ha dovuto affrontare (e deve affrontare ancora oggi). Questo è stato seguito da un periodo di stipendi minimi per tutti i dipendenti (compreso il manager) della durata di 22 mesi in modo che tutti i lavoratori potessero mantenere il loro lavoro.

Il cambiamento nella struttura organizzativa e nella cultura, che è stato intrapreso per raggiungere la sostenibilità, ha portato a conflitti tra lavoratori e membri della cooperativa. Dato che i cambiamenti erano inevitabili per la sopravvivenza e la sostenibilità del business, sono stati implementati con successo. Ma questo è stato preceduto da molto tempo impiegato a "convincere" i lavoratori dell'importanza di nuovi modi di lavorare e sviluppare la responsabilità individuale.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il modello di gestione dei rifiuti tessili è stato dichiarato il miglior modello in Europa dalla rete europea che rappresenta le imprese sociali attive nell'economia circolare - RREUSE.

Nel 2022 Humana Nova è stata recentemente insignita del Climate Champion Award da EUKI (European Climate Initiative) nell'ambito del progetto "Climate bridges", il cui obiettivo è quello di raggiungere una cooperazione transnazionale per risolvere i problemi del cambiamento climatico e attuare gli obiettivi dell'"Agenda verde per l'Europa sudorientale".

Che consigli avete per gli altri?

Quando si pianifica il processo di trasformazione, è necessario considerare gli obiettivi a lungo termine dell'azienda e il suo impatto ecologico, economico e sociale sull'economia circolare. La transizione verso un'economia circolare è necessaria per ripristinare l'equilibrio ecologico, mantenere la stabilità economica a lungo termine, la sicurezza del pianeta e la sopravvivenza dell'umanità in futuro. Il messaggio è: "prima è,

meglio è". I vantaggi del passaggio all'economia circolare consistono nel ridurre al minimo i costi di materie prime, trasporto, stoccaggio, smaltimento dei rifiuti e trasformazione dei rifiuti in materie prime.

È anche necessario pensare a quale parte del processo aziendale può attuare il modello di circolarità, introdurre gradualmente misure nelle singole componenti del processo o della catena del valore che contribuiscono alla conservazione delle risorse naturali e hanno un impatto positivo sull'ambiente.

Nel passaggio a un'economia circolare, le aziende non dovrebbero essere sole, ma creare relazioni simbiotiche con altre aziende. La cooperazione tra imprese in simbiosi garantisce il beneficio di tutte le parti coinvolte e ha molti effetti positivi sulla società, l'economia e l'ambiente.

12. Interlux



Quick overview

Anno di fondazione: 1994

Industria: Medicina

Dimensioni: micro <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **UE**, globale

Breve descrizione del caso: Interlux distribuisce ai mercati lituani, lettoni ed estoni prodotti medicali, scientifici, veterinari, diagnostici e chirurgici, sistemi per la valutazione igienica nei luoghi di lavoro, apparecchiature di laboratorio, reagenti diagnostici in vitro e dispositivi medici monouso.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

La sostenibilità è sempre stata nei valori dell'azienda, ma l'obiettivo principale è stato quello di fornire servizi e beni di altissima qualità. Da questo punto di vista è venuta anche l'ecologia. Un'ulteriore ispirazione è venuta quando hanno deciso di aderire al programma di impatto globale delle Nazioni Unite.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Le società del Gruppo Interlux hanno sviluppato, implementato e certificato un sistema di gestione ambientale secondo i requisiti della norma LST EN ISO 14001:2015. Le società del Gruppo dispongono quindi già di un sistema integrato di gestione della qualità e dell'ambiente. Le procedure ambientali sono state sviluppate, funzionano con successo e vengono monitorate in modo responsabile.

I responsabili aziendali di Interlux Group, quando si relazionano con nuovi fornitori o partner, seguono una procedura consolidata per valutare la sostenibilità del partner potenziale, la conformità del processo di produzione del prodotto alla norma ISO 14001:2015 e il potenziale impatto ambientale. Mirano a collaborare con società socialmente responsabili, sostenibili e non inquinanti che immettono prodotti verdi al mercato. Nel decidere su un partenariato, valutano le relazioni di sostenibilità pubblicamente disponibili dei potenziali partner, le pratiche responsabili, la catena di

approvvigionamento, le prestazioni ambientali delle materie prime utilizzate, l'impatto ambientale, e credenziali di prodotto per garantire che soddisfino i più alti standard di compatibilità ambientale, sicurezza ed efficienza.

Nel 2015 è stata adottata una nuova Politica Automobilistica per ridurre l'uso di carburanti per autoveicoli e l'impatto negativo delle emissioni sull'ambiente. Secondo questo documento, l'acquisto di un'auto da parte di un'azienda è anche soggetto a una valutazione del costo totale di proprietà previsto a lungo termine (TCO) per raggiungere la sostenibilità degli investimenti e la sostenibilità ambientale. Include l'ammortamento del valore del bene; i costi del carburante (sulla base del tasso di carburante dell'azienda); i costi di acquisto e sostituzione dei pneumatici (ipotizzando un chilometraggio di 40.000 km per set di pneumatici); i costi di manutenzione; i costi di assicurazione; e le tasse legali. Per l'acquisto e la dotazione di auto aziendali, la politica regola anche "costi ammissibili". Li definisce come quelli volti a facilitare l'esecuzione delle funzioni lavorative, proteggere la salute e la sicurezza dei dipendenti, preservare il valore del patrimonio aziendale e ridurre l'impatto ambientale.

In qualità di fornitore, Interlux garantisce che l'imballaggio di tutti i beni venduti sia riciclato. Hanno un contratto con la PTO (Packaging Management Organisation) e pagano per l'imballaggio tanto quanto i loro clienti.

Con la creazione delle posizioni professionali di Supply Chain Manager, Procurement Manager e Commercial Manager, l'azienda ha iniziato a concentrarsi maggiormente sulla gestione della supply chain, la selezione dei fornitori e la sostenibilità. Nella gestione della supply chain, il responsabile acquisti e il responsabile della supply chain devono garantire che gli strumenti, le attrezzature e gli altri beni utilizzati nell'azienda siano conformi agli standard ambientali, che gli imballaggi siano riciclati, e che l'azienda sia attenta ad acquistare prodotti con l'impatto ecologico più trascurabile, che non siano dannosi per la salute umana. Il responsabile commerciale assicura che questi processi siano adeguatamente supervisionati e monitorati.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

La parte più difficile è stata rimanere calmi di fronte a concorrenti di mercato che non sempre condividevano gli stessi valori e che a volte hanno ottenuto risultati finanziari molto migliori nel breve termine.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Lo sviluppo, l'implementazione e la certificazione di un sistema di gestione ambientale secondo i requisiti della norma LST EN ISO 14001:2015.

Che consigli avete per gli altri?

L'azienda crede fermamente che diventare circolare e sostenibile aiuti ad attirare i migliori professionisti del mercato. Nel settore strategico, è un fattore importante per collaborare con le organizzazioni leader a livello mondiale i cui valori sono gli stessi dell'azienda.

Inoltre, prima o poi, questi valori porteranno un vantaggio competitivo, a discapito di chi ancora non li apprezza. Sii paziente!

13. KLIK – vivere e respirare la circolarità nel contesto aziendale



Quick overview

Anno di fondazione: 2020

Industria: Consulenze

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: **locale**, nazionale, UE, globale

Breve descrizione del caso: Descrizione delle iniziative di business circolari svolte dalla cooperativa KLIK e della vita quotidiana della circolarità nelle operazioni commerciali - dalla progettazione circolare dell'ufficio alle operazioni amministrative quotidiane e gli impegni di progetto/ consulenza. Questo caso rappresenta un'entità imprenditoriale che vive i principi dell'economia circolare nella massima e completa dedizione alla causa, indipendentemente dagli ostacoli.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

KLIK, una cooperativa energetica, è stata fondata per contribuire allo sviluppo di una città indipendente dall'energia e alla transizione energetica della comunità locale.

Lo scopo della Cooperativa è quello di incoraggiare la popolazione locale a investire in fonti di energia rinnovabile, sia tramite progetti pubblici che nelle proprie famiglie, per aiutare i cittadini nello sviluppo e nell'applicazione di progetti di energia rinnovabile, di essere un luogo per tutte le questioni relative all'energia, al clima, alla qualità della vita e per essere il propulsore dei cambiamenti nella comunità locale.

Non hanno avuto un processo di trasformazione in circolarità perché, fin dall'inizio, hanno tentato e si sono sforzati di seguire il modello di un'economia zero-waste. Lo scopo stesso della loro fondazione è quello di incentivare un'economia circolare, principalmente nelle fonti di energia rinnovabile.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Križevci - tetti solari, il primo progetto di investimento di gruppo dei cittadini in fonti di energia rinnovabile in Croazia, ha permesso a loro, come investitori e cittadini, di stabilire una cooperativa di energia locale che supporti cittadini nella transizione energetica e la resilienza del clima. Insieme alla città, hanno aperto un Ufficio Energia e Clima che consiglia, informa ed educa i cittadini sull'accesso alle fonti di energia rinnovabile. Li collegano con designer e appaltatori, hanno uno showroom di varie tecnologie verdi per avvicinarli ai cittadini e collaborano con altri soggetti locali per lanciare molteplici "temi climatici" nella comunità locale.

Cercano di creare meno rifiuti possibili e riciclano e riutilizzano il più possibile. Hanno parzialmente arredato l'ufficio stesso con il principio del riutilizzo: hanno messo insieme una parete divisoria fatta di pallet e rifiuti di legno, hanno adottato piante di cui la gente intendeva sbarazzarsi, e hanno decorato il loro ufficio con poltrone di seconda mano e un divano, scaffali e altri mobili che erano "destinati allo spreco".

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Avevano il sostegno della comunità locale e della città - per esempio, hanno manifestato il loro sostegno con donazioni di mobili antichi, fiori e altre cose per decorare lo spazio della cooperativa.

Quali sono state le sfide più significative?

La difficoltà principale è ancora la cooperazione con i partner e le autorità pubbliche che ancora richiedono di stampare su carta, non rispettano le firme digitali e richiedono il timbro dell'azienda, motivo per cui in KLIK si devono ancora stampare documenti inutilmente. Poiché aiutano i cittadini a presentare domanda di sovvenzione, vengono stampati inutilmente molti fogli perché un documento deve sempre essere stampato per essere firmato o compilato manualmente e poi scansionato, anche se tutto potrebbe essere fatto in digitale.

I dipendenti stessi vengono coinvolti nel processo e cercano di ridurre gli sprechi generati dalle loro attività e incoraggiano altre organizzazioni a fare lo stesso.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

L'istituzione del Centro per la lotta contro la povertà energetica; il supporto nella preparazione di progetti relativi a un'economia circolare (efficienza energetica, uso delle risorse energetiche rinnovabili); istruzione relativa ai benefici del passaggio a un'economia circolare - nel campo ad es. dell'uso energetico per l'agricoltura.

Che consigli avete per gli altri?

I loro clienti e partner reagiscono molto bene quando vedono che usano il principio del riutilizzo per arredare l'ufficio. E' interessante per tutti e un grande vantaggio. Credono che l'istruzione e gli esempi concreti siano essenziali. Il processo dovrebbe iniziare con le aziende che già rispettano tali principi e li diffondono ai loro partner in modo che tutti possano contribuire alla trasformazione.

14. Luzem - il negozio “zero-waste” che ha trasformato lo shopping con idee low-cost



Quick overview

<u>Anno di fondazione:</u> 2020	<u>Industria:</u> Commercio
<u>Dimensioni:</u> micro <10; piccole <50; medie <250	<u>Livello operativo:</u> locale , nazionale, UE, globale
<u>Breve descrizione del caso:</u> Il caso studio zero-waste di LUZEM (negozio di prodotti sfusi/venduti a peso) è uno degli esempi che illustra come trasformare un'azienda molto popolare, cioè un piccolo negozio di alimentari locale, in un'idea commerciale zero-waste. Le attività circolari dell'esempio descritto possono ispirare i proprietari di piccoli negozi di alimentari. Possono essere utilizzate con successo in qualsiasi negozio locale esistente.	

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Intorno al 2018, prima dell'apertura del Luzem Zero Waste Shop, il fondatore stava ancora lavorando in un'altra azienda e ha sentito parlare per la prima volta dello "zero-waste" nell'ambiente aziendale. E' entrato in sintonia col movimento zero-waste e ha iniziato a introdurre cambiamenti nella propria vita quotidiana. Ad esempio, lei e suo marito hanno smesso di comprare acqua in bottiglie di plastica e hanno iniziato a bere acqua del rubinetto. Alla fine, ha riscontrato un problema durante l'acquisto di materie

prime perché c'erano pochi negozi in Polonia dove si potevano acquistare dei prodotti confezionati con materiali o contenitori portati dal cliente. Il proprietario viene dall'Ucraina, dove questa misura è piuttosto popolare nei mercati e persino in alcuni supermercati. Ha visto che non c'era nessun posto dove si poteva comprare tutto il necessario per la spesa in una sola volta e dove si potesse pesare il prodotto e metterlo nella propria borsa o confezione, e in quel momento, insieme al marito, erano alla ricerca di un'idea per avviare la propria attività. Di conseguenza, la motivazione primaria è nata dai bisogni personali e dall'interesse nel movimento zero-waste.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Le soluzioni principali sono state implementate nella fase di progettazione del negozio. Il negozio incoraggia i clienti a portare il proprio packaging per confezionare i propri acquisti (con uno sconto del 5%).

Durante l'allestimento del negozio, ogni elemento doveva essere progettato con cura. Hanno attrezzato il negozio con mobili riciclati. Hanno costruito loro stessi gli scaffali per le scatole. Anche i frigoriferi sono di seconda mano. I barattoli che contengono la gamma di prodotti del negozio sono di vetro, per evitare un ulteriore consumo di plastica. I barattoli del tè sono stati donati da una persona del gruppo Facebook, che voleva liberarsene. Grazie al passaparola, molte persone hanno iniziato a portare tanti barattoli da riutilizzare. Inoltre i proprietari hanno si sono informati in modo accurato sulla conservazione dei prodotti per mantenerli freschi il più a lungo possibile ed evitare lo spreco di cibo.

Per introdurre un cambiamento nel tradizionale modello di business dei negozi di alimentari, la fondatrice si è ispirata ai viaggi all'estero dove ha avuto la possibilità di visitare negozi zero-waste. Ha osservato come i prodotti venivano imballati a peso e consegnati così al cliente. I proprietari hanno trovato ispirazione anche su internet, tramite blogger e libri sullo zero-waste. Hanno iniziato a prepararsi circa sei mesi prima della pandemia. Andavano anche alle fiere di cosmetici biologici e zero-waste per scegliere i migliori prodotti da immagazzinare nel loro negozio. Si sono fatti conoscere nella comunità zero-waste e hanno fatto networking. Hanno acquisito molta conoscenza dai consigli di persone esperte che hanno incontrato in queste fiere.

Nel 2021 i proprietari hanno deciso di aprire un negozio online. Hanno fatto un ulteriore passo avanti nella trasformazione all'EC offrendo la consegna in bicicletta, in un "barattolo boomerang" - il cliente può portare il prodotto a casa e restituire poi il barattolo. Altri esempi di riutilizzo di prodotti circolari sono i sacchi e i pallet di legno sui quali ricevono consegne di prodotti sfusi. Mano a mano che il negozio pubblica annunci, chi lo desidera può passare a raccogliarli per riutilizzarli. Nel caso della pellicola a bolle, la stanno riutilizzando da più di un anno.

Hanno anche introdotto uno sconto del 60% sui prodotti a breve durata in collaborazione con Foodsi, una società che vende pacchetti alimentari a 'sorpresa' per combattere lo spreco di cibo. Utilizzando l'applicazione, il cliente ordina un pacchetto di

beni alimentari con una data di scadenza imminente - una confezione piccola per 10 PLN e una grande per 25 PLN (60% più economico).

La società non guadagna dalla vendita attraverso Foods, ma è un altro canale pubblicitario efficace. I clienti possono conoscere il negozio; inoltre, il cibo non viene sprecato.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

La sfida più grande per un negozio che vende prodotti a peso è avere un grande magazzino per i prodotti sfusi e uno spazio a parte per conservare le spezie in imballaggi collettivi (a causa del loro forte odore). Il negozio ha recentemente cambiato la sua posizione - si trova ora nel seminterrato, che è più fresco in estate e offre uno spazio di immagazzinamento adeguato. Raggiungere i clienti e promuovere l'offerta del negozio è anche quella una difficoltà. Tuttavia, i social media e il networking hanno aiutato. La gente ha iniziato ad interessarsi all'idea di un negozio libero da imballaggi, e ha ottenuto più visite da parte dei clienti. Inoltre, con la creazione del negozio online, i profitti sono aumentati. Il progresso è lento, ma c'è una tendenza al rialzo, e il negozio online dà speranza per ulteriori miglioramenti.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il risultato più straordinario dei proprietari di negozi è l'abilità di incoraggiare i clienti, con un sorriso e qualche battuta, a venire a fare spese con il proprio packaging e lo sviluppo di un sistema di circolazione a "barattoli boomerang" e persino bottiglie di plastica per cosmetici. I clienti fanno molto bene che possono portare barattoli utilizzati al negozio e bottiglie di plastica, detersivi per piatti e cosmetici. Se il negozio non è ancora aperto, a volte lasciano le bottiglie e le scatole alla porta. Il negozio dà così nuova vita e chiude il ciclo con circa 300 barattoli al mese.

Che consigli avete per gli altri?

I fondatori del negozio amano condividere la loro esperienza e know-how con gli altri. Hanno contribuito alla nascita di un negozio zero-waste in un'altra città. Non la percepiscono come competizione.

Ritengono che tali soluzioni dovrebbero essere promosse per consentire alle persone di acquistare a peso, utilizzando i propri contenitori - in modo che tutti possiamo ridurre la quantità di rifiuti prodotti. Ogni negozio di alimentari locale può fare un piccolo passo

per non sprecare cibo e prodotti. Un semplice passo è stabilire una cooperazione con Foodsi o creare punti per condividere cibo in eccesso e prodotti non necessari, barattoli e borse riutilizzabili.

15. MIRET – calzature eco-friendly

MIRET

Quick overview

Anno di fondazione: 2018

Industria: Moda (Calzature)

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, UE, **globale**

Breve descrizione del caso: Miret è un'azienda che sviluppa calzature avanzate dal punto di vista ambientale, progettate per avere il minor impatto ambientale possibile. L'ideale che guida l'azienda è la creazione di prodotti sostenibili, compostabili, riciclabili, realizzati con materiali rinnovabili a base biologica e coltivati in modo sostenibile, di provenienza locale, fabbricati localmente, straordinariamente durevoli e a CO2 neutri.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

I fondatori dell'azienda Miret si resero conto di dover riprogettare completamente la calzatura in modo tale da "smontarla" e scegliere per la sua composizione materiali completamente nuovi e naturali, per le soles, gli interni e le parti superiori ed esterne. Credevano che questa fosse l'unica direzione da seguire, che avrebbe tenuto conto sia dell'ambiente che dei nostri piedi. Usano la potenza delle piante, che convertono la luce solare, l'acqua e la CO2 in materiali preziosi e durevoli che possono essere utilizzati per produrre calzature. Oltre alle piante, usano anche lana. Scelgono le fibre naturali più potenti per creare un prodotto durevole e di qualità. Hanno anche una politica "zero-waste" e assicurano che non venga utilizzata plastica negli imballaggi. Suggeriscono ai clienti di riutilizzare o riciclare l'imballaggio utilizzato.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Utilizzando la loro esperienza di produzione, hanno ridisegnato le sneaker dal basso verso l'alto, rendendole compatibili con la natura. Per i fondatori di Miret, questo è stato un cambiamento che comprende la trasformazione del personale, il cambiamento di impostazione del business e, infine, il cambiamento del settore. L'intera azienda è stata

coinvolta in questo processo. A Miret, hanno imparato attraverso sperimentazione, formazione, consulenza e supporto esterno.

Nel 2019 hanno lanciato le loro sneakers MIRET ecologiche al 97% e venduto 800 paia. Hanno ricevuto un sacco di feedback, che è uno dei motivi per cui hanno superato i propri limiti, e sviluppato e perfezionato una seconda generazione di scarpe da ginnastica ecologiche

Perché il 97%? Perché è complesso e costoso. Hanno trascorso cinque anni a fare scarpe da ginnastica MIRET 97% super-ecologiche. Ciò significa che sono quasi interamente realizzate con materiali naturali, sicuri per l'ambiente e la salute. Il restante 3% è composto da colla sintetica e filo di poliestere. Hanno intenzione di affrontare anche questo ultimo 3%. La loro visione è quella di creare una sneaker 100% ecologica e compostabile, e con ogni nuova generazione di scarpe, le sneakers MIRET si stanno avvicinando sempre di più a questo obiettivo.

Le sneakers Miret sono le uniche al mondo ad avere l'etichetta STANDARD 100 by OEKO-TEX per l'intero prodotto, e non solo per componenti specifici. Questa etichetta significa che le sneakers MIRET contengono zero sostanze tossiche dannose per la salute umana. Le sneakers Miret sono in grado di creare e mantenere tranquillamente un ambiente sano per i tuoi piedi.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Per lo sviluppo del business hanno utilizzato il crowdfunding e il venture capital.

Quali sono state le sfide più significative?

Il problema più grande è stato trovare nuove aziende nella catena di valore che potessero soddisfare la loro visione di calzature ecologiche e riciclabili, poiché l'industria calzaturiera tradizionale è ancora in ritardo. Ci sono volute molte ricerche, viaggi, colloqui e negoziati, ma ce l'hanno fatta. Si rivolgono a un nuovo tipo di consumatore, quello orgoglioso di indossare un prodotto moderno ed elegante, ma anche quello che è ecologicamente consapevole.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Sono più felici perché stanno facendo qualcosa di utile per il futuro del Pianeta e della società in generale. Hanno raggiunto una nuova base di clienti con molti dei loro prodotti.

Che consigli avete per gli altri?

La cosa più importante è avere molta determinazione, persistenza e comprensione poiché è necessario fare molta sperimentazione, provando e riprovando. È un processo a lungo termine in cui il risultato è discutibile.

16. MOLD – la plastica come soluzione, non come problema



Quick overview

<u>Anno di fondazione:</u> 2017	<u>Industria:</u> Packaging
<u>Dimensioni:</u> micro <10; piccole <50 ; medie <250	<u>Livello operativo:</u> locale, nazionale, UE, globale
<u>Breve descrizione del caso:</u> Contributo alla circolarità - produzione di prodotti in plastica senza l'input di materie prime, cioè, esclusivamente dai rifiuti di plastica e promozione dell'educazione sull'importanza del riciclaggio della plastica per i giovani.	

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Lo stato del mercato e il futuro della produzione sono state le loro motivazioni primarie. Il tempo di decomposizione dei prodotti di plastica varia da 100 a 1000 anni, quindi i rifiuti di plastica occupano spazio nelle discariche. Dal 2019, hanno iniziato la produzione all'interno di un'economia circolare, con la quale vogliono ridurre la quantità di rifiuti nelle discariche a meno del 20% del totale. Operano in un'economia circolare senza l'apporto di materie prime originali, quindi, secondo i calcoli dell'UE, hanno contribuito alla riduzione del CO2 del 62 per cento. Nella loro visione, un aspetto importante è l'educazione dei bambini e ragazzi in età prescolare e scolare su come realizzare prodotti riciclati e sui benefici che ha il riciclaggio della plastica sull'uomo e la natura.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Producono parti in plastica per la maggior parte dei prodotti da costruzione fatti al 100% da rifiuti di plastica. Inoltre, hanno anche un interesse educativo - producono giocattoli fatti al 98% di plastica di scarto e 2% vernice. Il loro obiettivo è quello di avere un impianto di produzione realizzato al 100% di rifiuti zero-waste.

Il loro impianto si compone di tre parti: la parte di riciclaggio, l'impianto di produzione e l'area in cui imballano i prodotti. Fino al 95% dei loro prodotti sono costituiti da vari rifiuti di plastica, come sacchetti di plastica e altri prodotti di plastica, a seconda della composizione del materiale.

Hanno investito principalmente in macchinari e know-how specifici. Tuttavia, l'intera azienda è stata coinvolta nella creazione di nuovi prodotti a partire da zero. Avevano i loro materiali, cioè rifiuti di plastica, fin dall'inizio. L'importante era ottenere tutti i certificati e le licenze, e ciò richiede tempo, motivazione e denaro. Ma ora stanno anche espandendo le loro capacità cimentandosi in nuove linee di produzione, combinando diversi tipi di rifiuti (plastica e legno).

Aziende private specializzate portano loro diversi rifiuti di plastica. Li smistano, macinano e trasformano in granuli da cui fabbricano i loro prodotti. Hanno quattro rami di produzione, tre dei quali sono legati al riciclaggio dei materiali. Producono una gamma di prodotti da costruzione realizzati al 100% in plastica riciclata e ne espandono il contenuto mensilmente. La cosa buona è che il 98% dei loro prodotti inglobati nel calcestruzzo e rimangono lì in modo permanente. Hanno anche un programma sanitario. Producono due diversi set sanitari, come sifoni d'acqua, e attualmente stanno collaborando con le aziende croate più ferrate in quel settore.

Hanno avuto molti problemi all'inizio, finché non sono riusciti subito a sfruttare al meglio ciò che potevano ottenere da quale materiale. Per due anni hanno solo lavorato su questa idea, studiando come usare al meglio quel materiale per ottenere un articolo di una certa qualità, in quanto non è possibile riciclare tutte le cose in plastica.

Oltre alla produzione, hanno anche a cuore il fatto di insegnare alle generazioni future l'importanza del riciclaggio e come creare prodotti riciclati. Credono che queste giovani generazioni, se formate fin dalla tenera età, possano insegnare ai propri genitori l'importanza del riciclaggio della plastica e del corretto smaltimento. Attraverso i loro giocattoli 2D e 3D, i bambini possono imparare rapidamente i concetti principali. In questo campo sono la quarta azienda al mondo che produce giocattoli con materiali riciclati, mentre in Croazia sono i primi in questo senso. Hanno ottenuto tutti i permessi necessari per la vendita di giocattoli perché anche l'Istituto croato di salute pubblica ha testato il prodotto. Hanno anche firmato un contratto con il Football Club "Hajduk" per quattro articoli. Sono in trattative con catene di vendita al dettaglio nazionali e una grande società in Argentina per la vendita di giocattoli. Sono attivi nel portare i bambini nei locali dello stabilimento per mostrare loro cosa fanno; inoltre, hanno creato cataloghi educativi su informazioni legate alla plastica.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Hanno ottenuto il sostegno della contea e delle banche per l'inizio della loro attività, ma per questa fase più avanzata dell'economia circolare composta da gestione e trattamento dei rifiuti, hanno riscontrato delle carenze. Avrebbero voluto ottenere più sostegno dal governo, poiché sono gli unici a portare a termine un processo circolare nella sua interezza.

Quali sono state le sfide più significative?

Avevano poca conoscenza della lavorazione dei rifiuti e hanno imparato mano a mano, attraverso il lavoro. Erano tuttavia determinati nella riuscita del progetto e hanno trovato grande soddisfazione in ogni piccolo passo che hanno fatto per giungere all'obiettivo.

La mentalità delle persone nella loro contea è ancora piuttosto antiquata per quanto riguarda il riciclaggio e la circolarità - come affermato in precedenza, hanno deciso di iniziare con l'educazione dei bambini in età prescolare offrendo formazione fin dall'asilo. In questo modo, sono i bambini che educano i loro genitori a casa.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

I dipendenti sono più felici perché stanno facendo qualcosa di utile per il futuro dei loro figli e della società in generale. Mold coi propri prodotti, compresi i giocattoli per i bambini, ha aggiunto una nuova base di clienti, il che li rende la prima azienda in Croazia ad averlo fatto. Stanno facendo qualcosa per il pianeta affrontando il problema dell'inquinamento da plastica. Inoltre, stanno crescendo in termini di fatturato e dimensioni, avendo quasi raddoppiato finanziariamente i loro ricavi dal 2021 al 2022.

Che consigli avete per gli altri?

Essere consapevoli di come ottenere finanziamenti in diverse fasi del ciclo economico.

Sperimentare e ripetere procedimenti, provando e riprovando, per testare nuovi prodotti.

La persistenza dà i suoi frutti nel lungo periodo.

17. PakMarkas – il monitoraggio è essenziale per la circolarità



Quick overview

Anno di fondazione: 1994

Industria: Packaging

Dimensioni: micro <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **EU**, globale

Breve descrizione del caso: PakMarkas è un'azienda di packaging fondata nel 1994. La responsabilità per l'ambiente circostante ha spinto l'azienda ad adottare una filosofia green e a fare dell'ambiente pulito la sua priorità assoluta. Hanno implementato un sistema di monitoraggio completo e pubblicano rapporti di responsabilità sociale ogni anno. Hanno investito in infrastrutture che hanno permesso loro di risparmiare denaro e ridurre significativamente gli sprechi. Sono passati completamente all'energia verde e recentemente hanno sviluppato diversi nuovi prodotti sostenibili.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Campi verdi, aceri e laghi circondano il territorio di PakMarkas. La responsabilità per l'ambiente circostante e l'urgenza di tutelarlo hanno portato al compimento di una filosofia verde. La pulizia dell'ambiente è la priorità dell'azienda. Hanno implementato il sistema di gestione ambientale ISO 14001 e assicurano che tutti i requisiti di questa norma siano soddisfatti. Inoltre, le loro attività sono guidate dai principi stabiliti dalle politiche ambientali. Vengono rivisti costantemente in modo che siano tempestivi.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Monitorano continuamente l'impatto ambientale: tengono traccia delle emissioni di aria e acqua e dei consumi di carta, pellicole, fotopolimeri, elettricità e gas. Monitorano le quantità di rifiuti pericolosi durante il processo di produzione: smistano i rifiuti dalla produzione: cartone ondulato, BOPP (film in polipropilene orientato Biaassialmente), PE (polietilene), PVC (cloruro di polivinile) e li consegnano per il riciclaggio. Tra la fine del

2013 e l'inizio del 2014 hanno installato un moderno sistema di gestione degli edifici per controllare lo stato dei sistemi di raffreddamento. Questo sistema serve i locali industriali mantenendo automaticamente l'aria alla temperatura più adatta. Un moderno sistema di raffreddamento consente il controllo remoto del clima in officina e consente all'azienda di gestire i costi di manutenzione.

Ogni anno sottopongono all'organizzazione della Piattaforma Globale delle Nazioni Unite e a tutti gli interessati della Società un rapporto di responsabilità sociale aggiornato per il periodo contabile di 12 mesi. La relazione include una revisione del rispetto di tutti i dieci principi del Global Compact: diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione.

Nel 2015 hanno acquisito un moderno sistema di triturazione ed estrazione dei rifiuti. Il volume dei rifiuti è stato ridotto di cinque volte. L'unità è stata installata nell'estate del 2016. Nel 2016, l'azienda ha ricevuto il certificato internazionale FSC Chain of Custody (Forest Stewardship Council). Nell'ultimo anno circa il 90% della produzione di etichette era su carta certificata FSC.

Dal 2018, i prodotti Pakmark sono prodotti utilizzando solo energia verde.

Nel 2021 hanno offerto nuovi prodotti ai loro clienti:

Etichette solubili in acqua. Queste sono etichette solubili in acqua eco-compatibili che sono fino al 100% biodegradabili. Per questo le etichette sono totalmente sicure: ecologiche, atossiche e non infiammabili.

Imballaggio in carta Flow-Pack. Confezionamento di prodotti alimentari a contatto diretto con alimenti. Questo imballaggio biocompatibile e facilmente riciclabile è una svolta per la sostenibilità.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Nessun supporto esterno nel percorso di trasformazione è stato necessario. Sono stati fatti alcuni investimenti infrastrutturali, i quali hanno permesso loro di risparmiare denaro e ridurre gli sprechi.

Quali sono state le sfide più significative?

La sfida più grande è trovare o creare la soluzione perfetta. Il settore del packaging si presta a misure circolari, ma alcune cose non sono ancora state risolte. Pertanto, sono necessari più investimenti per trovare queste soluzioni, ma a volte questo può richiedere molto tempo.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Il rapporto annuale di sostenibilità e il fatto che tutta la loro produzione è realizzata utilizzando energia rinnovabile.

Inoltre, negli ultimi anni, hanno continuamente fatto investimenti per creare nuovi prodotti sostenibili, che sono stati immessi sul mercato nel 2021.

Che consigli avete per gli altri?

Educare i dipendenti alla responsabilità e capire che la tutela e la conservazione dell'ambiente non sono solo una responsabilità dell'azienda, ma di ogni individuo.

18. Sciarada Industria Conciaria – la tradizione incontra l'innovazione



SCIARADA

Quick overview

Anno di fondazione: 1977

Industria: Moda

Dimensioni: micro <10; piccole <50;
medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, UE,
globale

Breve descrizione del caso: Sciarada è un'azienda conciaria con sede in Toscana, l'unica azienda del distretto del cuoio a detenere la certificazione Bureau Veritas; la sostenibilità è uno dei loro pilastri, e significa offrire prodotti di moda di alta qualità, limitando il più possibile l'impatto ambientale. Sciarada è orgogliosa di evolò®, un processo conciario che rispetta i principi dell'economia circolare.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

L'azienda ha iniziato la trasformazione verso un'economia circolare per ridurre i costi delle materie prime e della gestione dei rifiuti. Inoltre, i numerosi certificati ottenuti dall'azienda sono una testimonianza del loro impegno nel percorso verso l'eco-innovazione e la produzione di un impatto ambientale minimo.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Per quanto riguarda l'approvvigionamento energetico, acquistano esclusivamente gas prodotto da fonti rinnovabili.

Recentemente hanno fatto alcuni studi sull'eco-compatibilità della pelle. La pelle conciata non può essere biodegradabile, ma è comunque possibile recuperarla, riutilizzandone i rifiuti. Quindi, cercano di implementare la minor quantità possibile di sostanze chimiche potenzialmente tossiche, e i loro studi hanno dimostrato che anche se la pelle conciata non può essere biodegradabile, può essere compostata.

Gradualmente hanno cercato di eliminare le sostanze nocive dai loro processi produttivi.

Con il sostegno dell'Università di Bologna, hanno potuto attestare che circa il 9,5% di ciò che producono può essere recuperato e reintegrato nel processo produttivo.

Prima, con 100 kg di pelle, in genere usavano circa 65 chilogrammi di sostanze chimiche per conciarli. Ora, sono in grado di usarne meno della metà (29 chilogrammi) con un nuovo metodo che hanno brevettato.

Ci sono anche polimeri naturali con cui hanno lavorato, insieme all'Università di Bologna. Hanno anche lavorato per ottenere prodotti migliori rispetto ai polimeri su cui avevano inizialmente lavorato.

A testimonianza dell'attenzione dell'azienda al tema dell'impatto ambientale e dello sforzo per migliorare costantemente i processi aziendali, Sciarada utilizza esclusivamente veicoli elettrici per trasportare prodotti all'interno dell'azienda.

Nel 2021, "Premiata" lancia le prime sneakers "circolari", realizzate in pelle Sciarada: questo camoscio rigenerato è stato realizzato con un processo chiamato evolò®

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Sciarada ha collaborato con l'Università di Bologna per sviluppare e testare l'efficienza dei metodi eco-innovativi.

Quali sono state le sfide più significative?

Il ricambio generazionale: la nuova generazione di lavoratori ha punti di vista diversi da quelli più anziani, ma spesso questo è anche un vantaggio per l'azienda.

Sanno che esistono prodotti a base vegetale, ma spesso non funzionano così come quelli a cui sono abituati (come il cromo). Hanno lavorato per molti anni in questo settore e non sono mai riusciti a utilizzare un prodotto conciario che reggesse il confronto.

Quando hanno a che fare coi fornitori, in genere non richiedono prodotti di economia circolare. Per ora non hanno considerato gli imballaggi riciclati, ma potrebbero lavorarci in futuro.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Sciarada ritiene di aver tratto vantaggio dai metodi dell'economia circolare per quanto riguarda la loro brand image, e talvolta contribuiscono anche a ridurre i costi e ottimizzare i profitti, oltre a costruire per il marchio una reputazione di rispetto per l'ambiente.

Hanno ottenuto diversi certificati che attestano il loro sforzo per l'economia circolare e li rendono più competitivi sul mercato. Sciarada è l'unica azienda del distretto del cuoio

della Toscana a detenere la certificazione Bureau Veritas; la sostenibilità è uno dei loro pilastri. Significa offrire un prodotto alla moda di altissima qualità e con un impatto ambientale limitato.

Uno dei risultati più significativi di Sciarada è evolo®, il risultato di otto anni di costante impegno nella ricerca tecnologica per un futuro migliore e più responsabile, un metodo di lavorazione del cuoio che rispetti l'ambiente e segua i principi dell'economia circolare. Questo metodo riduce significativamente l'uso di sostanze chimiche, limita lo spreco di acqua e riutilizza le materie prime senza aggiungere cromo.

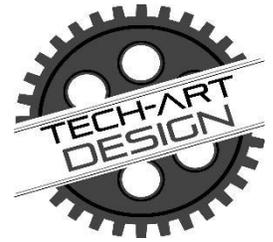
C'è anche la collezione "DHERMA", che presenta capi eccezionalmente versatili, grazie alle sue caratteristiche, e si presta alla creazione di calzature generali, borse e pelletteria. DHERMA non è solo il nome di un articolo, ma rappresenta la realizzazione della necessità sentita da Sciarada di promuovere un compromesso tra natura e uomo per creare prodotti con il minor impatto ambientale possibile.

Che consigli avete per gli altri?

L'impegno per la ricerca tecnologica, anche se richiede molto tempo. Questo renderà la vostra azienda un passo avanti rispetto ai concorrenti.

Anche se l'ambiente e la sostenibilità devono essere una priorità assoluta, a volte devi essere fedele a te stesso e arrivare a compromessi (nel caso in cui le alternative vegetali non riescano a produrre lo stesso livello di qualità).

19. Tech-Art-Design Simon T – segui il tuo cuore e la tua passione



Quick overview

Anno di fondazione: 2010

Industria: Arredamento

Dimensioni: **micro <10**; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, nazionale, **EU**, globale

Breve descrizione del caso: La società Tech-Art-Design, fondata da Szymon Tkaczyk, produce mobili di design utilizzando motori di auto da macchine come Jaguar, Mercedes, Porsche, Audi, Maserati e BMW. Creare mobili da parti di auto non è solo un'attività di upcycling che consente di ridurre la quantità di rifiuti. Creando mobili con parti di auto, l'azienda aiuta a preservare la memoria delle auto amate dai clienti, che, ad esempio, sono state distrutte in incidenti automobilistici e hanno dovuto essere smaltite.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Durante il suo viaggio, il fondatore ha tratto ispirazione da luoghi legati al design dei mobili. Mentre era nei Paesi Bassi, ha osservato che nelle case indipendenti i garage avevano una funzione estesa al soggiorno. Qui, le auto erano spesso usate come decorazione; ad esempio, una vecchia Bugatti, che diventava fantastica usata così. Poi ha deciso di unire tutti i suoi interessi e iniziare un nuovo percorso per la sua attività - ha trattato gli elementi delle auto, ad esempio il motore, per farne una decorazione e ha iniziato a produrre mobili di design da parti di auto (motori) per case e showroom di auto.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Ha iniziato le sue indagini selezionando marche di auto con motori in alluminio. Come è emerso, si trattava principalmente di produttori tedeschi e italiani. Li ha ordinati da tutta

la Polonia. Szymon inizia il progetto trovando un motore a V con una struttura specifica di origine sportiva e un design emozionante. Nei suoi progetti, Szymon ha deciso di concentrarsi solo su questo tipo. I motori di solito vengono utilizzati, quindi sono sporchi e hanno perdite di olio. Successivamente, il motore viene smontato fino all'ultima vite. Ciascun motore è costituito da circa 60 parti e 60 sottogruppi. Nessun elemento può essere omesso nel processo di lavaggio con acido; nel caso di parti in alluminio - in sabbiatura, soda blasting, brillamento del vetro, cioè, vari metodi che danno la struttura metallica desiderata. Si tratta di fasi pre-trattamento che durano fino a otto ore. Segue la verniciatura delle parti con un primer epossidico, uno speciale primer per alluminio che riempie la porosità dopo la sabbiatura. Quindi viene applicato il colore corretto scelto dal committente.

Il proprietario garantisce che tutti i rifiuti derivanti dalla pulizia del motore, dalla manutenzione e dalla produzione di mobili siano separati e inviati allo smaltimento poiché si tratta di rifiuti pericolosi. Tutti i rifiuti metallici vengono riciclati. Per la pulizia dei motori e la verniciatura, Szymon utilizza "vestiti per la pulizia" - tessuti usati inadatti al riciclaggio.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

L'azienda in fase di trasformazione si è sviluppata grazie alle proprie conoscenze e risorse finanziarie. Il proprietario non ha utilizzato alcun supporto esterno.

Quali sono state le sfide più significative?

La sfida più grande è stata lo sviluppo di una tecnica per rinnovare il vecchio motore in modo che potesse essere utilizzato come un pezzo utile per l'arredamento. Il proprietario ha dovuto affrontare diversi problemi tecnici, come il peso del motore, la corrosione del metallo, il fatto di dover eliminare l'odore della benzina, adattando i mobili alle condizioni della casa, e molti altri fattori. Le conoscenze tecniche che il nonno gli aveva trasmesso sono diventate il punto di partenza per molti esperimenti sulla progettazione di mobili per motori.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Attualmente, Szymon accetta sempre più richieste dall'estero, ad esempio da Inghilterra, Repubblica Ceca, Slovacchia, Spagna e Germania. Non esiste un listino prezzi specifico. La valutazione è individuale e varia da cliente a cliente. Alcuni clienti forniscono il motore, che è la base dei mobili. Altri chiedono a Szymon di cercare un modello specifico, ad esempio Jaguar.

La collaborazione di cui è più orgoglioso è un ordine per il proprietario della società Roleski, che è anche un collezionista di auto. Per lui ha preparato un tavolo con un piano in rovere fatto di Jaguar E-Type V12, una delle auto più riconoscibili nel mondo automobilistico. Un divano, poltrone e lampade in stile Jaguar hanno poi accompagnato

il tavolo. Tutti i mobili sono stati collocati in un grande showroom con una collezione di auto dietro il vetro.

Che consigli avete per gli altri?

Quando decidi di cambiare la rotta della tua attività, è essenziale seguire il tuo cuore e la tua passione.

Ciò che è importante è la persistenza nell'esplorare le tue conoscenze e lavorare, provando e riprovando, fino a ottenere la soluzione giusta.

20. Urban Embassy – un’esperienza indimenticabile per gli amanti del caffè



Quick overview

Anno di fondazione: 2021

Industria: Alimentare

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: **locale**, nazionale, UE, globale

Breve descrizione del caso: Urban Embassy è una caffetteria specializzata che mira a lasciare dietro di sé il minore impatto ambientale possibile. L'azienda offre caffè e una varietà di bevande al caffè preparate da speciali tipi di chicchi di alta qualità, tostati nei panifici locali. Nelle bevande preparate viene anche utilizzato il latte vegetale alternativo prodotto. Ai clienti viene offerta anche una selezione unica di tè da erbe bulgare. I prodotti di imballaggio monouso e senza plastica vengono utilizzati solo per consegnare merci ai clienti.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

La società è nata per implementare il modello di economia senza sprechi nella pratica. Ciò è dovuto principalmente all’approccio personale dei fondatori, che conducono uno stile di vita ecologico e sono consapevoli di quanti rifiuti si lasciano alle spalle.

I proprietari della società erano a conoscenza delle cattive pratiche esistenti nel settore del caffè: il caffè servito in bicchieri di carta con un coperchio di plastica o tazze destinate ad essere processate in un compostiere specializzato che, tuttavia, non è ancora disponibile in Bulgaria. Cercando di evitare queste cattive pratiche e di diventare parte della soluzione, non del problema, hanno deciso di utilizzare solo contenitori di imballaggio usa e getta senza plastica per tutti i loro prodotti. Volevano ridurre la propria impronta ambientale e incoraggiare i propri partner commerciali e clienti a fare la stessa cosa.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

Il primo passo è stato quello di procurarsi contenitori di vetro per tutti i loro prodotti - per le miscele di chicchi di caffè, per le bevande di frutta secca che producevano da vari vegetali (mandorla, noce, pistacchio) e per le bevande al caffè che offrono ai clienti.

Le miscele di chicchi di caffè vengono conservate in negozio e vendute in contenitori di vetro. Anche le bevande a base di frutta secca vengono conservate e vendute in bottiglie di vetro. Le bevande di caffè sono anche consegnate in tazze da caffè di vetro.

Il modello Return-Reuse-Recycle viene utilizzato per quanto riguarda i contenitori di vetro.

I clienti possono portare i propri contenitori di vetro al momento dell'acquisto di miscele di chicchi di caffè e bevande a base di frutta secca o prendere in prestito e riutilizzare i contenitori di vetro offerti dal negozio, con la possibilità di restituirli.

Le bevande di caffè possono essere consumate in loco e offerte in tazze di caffè di vetro riutilizzabili. I clienti possono anche ordinare le bevande di caffè per l'asporto, nel qual caso il cliente può portare e utilizzare la propria tazza di caffè o prendere in prestito una tazza di caffè in vetro riutilizzabile di proprietà dell'azienda, pagarla, usarla e riavere i soldi indietro al momento della restituzione.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

In fase di trasformazione, l'azienda è sviluppata grazie alle proprie risorse finanziarie e alle proprie conoscenze. Ulteriori investimenti sono stati effettuati principalmente per la fornitura di contenitori di vetro. Tuttavia, circa dieci mesi dopo, il rendimento dell'investimento è di circa il 50%.

Quali sono state le sfide più significative?

Ci sono voluti circa 1-2 mesi perché i clienti si abituassero alle nuove prassi del Caffè.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Clienti soddisfatti, che apprezzano molto i prodotti a base di caffè di alta qualità e le bevande vegetali e che sostengono la causa "waste-free".

Sensibilizzazione e azioni concrete per sostenere l'impegno della società per l'economia circolare.

Che consigli avete per gli altri?

La comunicazione è essenziale - quando i clienti conoscono la motivazione che c'è dietro e comprendono le pratiche, iniziano ad accettare cose nuove.

All'inizio, i clienti possono essere frustrati dalle limitazioni (ad esempio, l'assenza di latte vaccino), ma presto iniziano a gradire non solo i nuovi prodotti ma anche le idee.

Le persone, attraverso le conoscenze e i buoni esempi, possono facilmente intraprendere piccoli passi in direzione di un cambiamento.

21. Vivai Stanghini – la circolarità basata sui valori di famiglia

Quick overview

Anno di fondazione: 1987

Industria: Agricoltura (Vivaismo)

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, **nazionale**, UE, globale

Breve descrizione del caso: Vivai Stanghini è un'azienda vivaistica orgogliosa di essere una delle prime aziende del settore vivaistico pistoiense ad adottare pratiche di economia circolare. Essendo un'azienda a conduzione familiare, condividono tutti gli stessi valori in materia di sostenibilità ambientale e hanno sviluppato varie pratiche a impatto minimo che insegnano anche ad altre aziende.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Essere un'azienda a conduzione familiare significa anche poter condividere lo stesso sistema di valori. Le persone che gestiscono Vivai Stanghini credono nella cura dell'ambiente e l'obiettivo della sostenibilità è al centro del business. Ciò che ha ispirato il cambiamento è anche l'opportunità di distinguersi come azienda e aprire la strada a pratiche che, in Italia come in altri posti, hanno richiesto molto tempo per attrarre l'attenzione degli imprenditori. A titolo gratuito, insegnano anche le migliori pratiche ad altre aziende, per migliorare l'ambiente in cui vivono.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

La transizione verso modelli di economia circolare è ancora in corso. Ad esempio, stanno anche lavorando alla realizzazione di sistemi fotovoltaici, i quali saranno il loro prossimo investimento. È stato un processo graduale, anche perché hanno investito i propri soldi - hanno investito più di 2 milioni di euro, a partire dal 2004, quando hanno deciso di migliorare il livello del loro impatto ambientale.

Le loro pratiche di economia circolare riguardano anche i rifiuti verdi e i vasi, tutti realizzati in plastica riciclata; molte delle materie prime e dei semilavorati che usano sono riciclati.

Per quanto riguarda l'imballaggio dei prodotti che vengono forniti all'azienda, i proprietari dell'azienda affermano che sarebbe difficile chiedere ai fornitori di ridurlo. Tuttavia, una volta ricevuto il prodotto, ri-inviano l'imballaggio di plastica a loro volta in modo che possano riciclarlo, quindi è comunque un processo circolare. Grazie al sistema di irrigazione a goccia di Vivai Stanghini si può risparmiare molta acqua; la percolazione è di circa il 18%. Hanno anche implementato pompe più innovative per ridurre l'uso di energia.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

L'azienda non ha ricevuto alcun finanziamento: spesso, aspettare i tempi della burocrazia è un processo lungo, quindi quando vogliono implementare processi innovativi cercano di farlo in modo indipendente senza cercare supporto esterno.

Quali sono state le sfide più significative?

Lo staff di Vivai Stanghini ha notato che la burocrazia ostacola l'innovazione; per esempio, negli anni '90 hanno implementato il primo sistema a circuito chiuso per risparmiare acqua, ma all'epoca il comune tecnicamente non lo permetteva, anche se era a beneficio dell'ambiente. Ma la provincia ci credeva e li sosteneva, e ora anche il comune lo promuove.

Oggi giorno, tutti coloro con cui hanno rapporti apprezzano le loro iniziative rispettose dell'ambiente, ma non è stato facile. La mentalità di alcune persone è ancora molto lontana dalla cultura della sostenibilità.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Ogni anno documentano le innovazioni attuate a livello ambientale e di sicurezza. Li rende orgogliosi il fatto di essere stati, in quanto piccola impresa, in qualche modo precursori di pratiche rispettose dell'ambiente. La loro irrigazione goccia a goccia e il sistema di recupero dell'acqua funziona bene, quindi le piante crescono in modo omogeneo. Diminuendo l'uso dell'acqua, recuperano il costo dell'elettricità e dei fertilizzanti che non hanno un contenuto chimico ma derivano dalla lavorazione dei macelli; questo significa sia una migliore qualità del prodotto che una migliore brand image. Essere sostenibili permette loro di distinguersi come azienda e attira più clienti. L'intero concetto di "economia verde" sta iniziando ad essere popolare, quindi l'approccio di Stanghini ora attira più clienti e fornitori.

Che consigli avete per gli altri?

Vivai Stanghini spera che altre imprese possano seguire il loro esempio, ma in primo luogo devono crederci fortemente.

La burocrazia, come sappiamo, spesso è un ostacolo; ci dovrebbe essere un modo per rendere il cambiamento più accessibile per tutti. Una raccomandazione per gli altri è di non lasciare che i lunghi processi burocratici li scoraggino.

Se c'è una forte volontà al centro del cambiamento, i risultati arriveranno. Potrebbe richiedere molto tempo, ma alla fine dà i suoi frutti.

22. Zero Wave – trasformare i rifiuti in risorse



Quick overview

Anno di fondazione: 2020

Industria: Alimentare

Dimensioni: **micro** <10; piccole <50; medie <250

Livello operativo: locale, **nazionale**, UE, globale

Breve descrizione del caso: L'azienda è impegnata nella produzione di stoviglie e prodotti alimentari biodegradabili al 100% realizzati con un materiale che prima veniva trattato come rifiuto e scarto, generando così una massiccia quantità di gas naturale (metano). Usano una tecnologia di economia circolare, trasformando i rifiuti in risorse preziose.

Che cosa ha ispirato il cambiamento?

Questa start-up è nata con l'idea di implementare il concetto di economia circolare. L'azienda nasce con la missione di trasformare i rifiuti in risorse preziose. I fondatori di Zero Wave sono tutte persone molto interessate all'ambiente e consapevoli di quanti rifiuti ci lasciamo alle spalle.

Come amanti della birra, hanno pensato molto a come riutilizzare gli scarti della produzione di birra. È così che hanno deciso di iniziare a sperimentare in cucina: utilizzando gli scarti della produzione della birra, ricca di proteine e fibre, per trasformarla in prodotti alimentari.

Quali sono state le principali soluzioni circolari dell'azienda e come sono state implementate?

I fondatori dell'azienda erano molto interessati a come riutilizzare il malto che rimane come residuo dopo la produzione di birra. Questo materiale è attualmente trattato come un rifiuto e viene scartato dopo l'uso, generando un'enorme quantità di metano nell'atmosfera.

Il primo passo è stato studiare il malto residuo. La ricerca condotta ha rivelato che è utilizzabile al 100%. Si è anche scoperto che questo prodotto ha caratteristiche nutrizionali sorprendenti - è ricco di proteine e fibre, e allo stesso tempo ha una quantità minima di carboidrati e grassi.

Il secondo passo è stato quello di fare alcuni esperimenti in cucina, cercando di trovare le migliori ricette per la produzione di prodotti alimentari.

Il passo successivo è stato quello di iniziare la produzione. I cracker, prodotti dal malto residuale della birra, sono interamente vegani, senza aggiunta di conservanti e stabilizzanti, contenenti proteine e fibre, il che li rende adatti a tutti gli sportivi che vogliono ottenere il loro apporto giornaliero di nutrienti preziosi dopo un allenamento intenso.

Quale sostegno esterno avete ricevuto?

Non è stato necessario o ricevuto alcun sostegno esterno nel percorso di trasformazione, né sono stati necessari investimenti sostanziali nelle infrastrutture.

Quali sono state le sfide più significative?

La sfida principale era capire per quali scopi potessero essere utilizzati i rifiuti. Ma dopo aver appreso il potenziale nutrizionale, è stato più facile sperimentare ulteriormente.

Quali sono i vostri risultati più significativi?

Promuovono l'economia circolare e lo sviluppo sostenibile come futuro modello di business - trasformando i rifiuti in risorse preziose (producendo stoviglie e prodotti alimentari biodegradabili al 100%).

Evitano di rilasciare tonnellate di metano nell'atmosfera - riutilizzando un materiale finora trattato come rifiuto e scarto, che genera una grande quantità di gas naturale (metano)

Combattono per l'eliminazione di utensili in plastica usa e getta - producendo utensili biodegradabili al 100%.

Che consigli avete per gli altri?

Viviamo in un'epoca in cui ogni impronta di carbonio risparmiata contribuisce ad un domani migliore.

È imperativo pensare allo sviluppo sostenibile e agire per raggiungerlo. In questo senso, produrre cibo dai prodotti di scarto è un ottimo esempio.



2Good2Go