

## **L'economia circolare degli oggetti comunicanti. L'esperienza di Alisea raccontata da Susanna Martucci**

Alla fine degli anni Novanta Alisea ha iniziato a produrre gadget derivati da materiali di scarto, introducendo in Italia una delle primissime esperienze di economia circolare. La peculiarità di Alisea non si esaurisce però nel particolare processo produttivo che fa del cliente anche il principale fornitore di materia prima: l'oggetto per Alisea è, di fatto, un libro aperto che ad alta voce racconta non solo il passato dei materiali che lo costituiscono, ma anche i valori che l'azienda ha scelto di racchiudere in quello che è molto di più di un semplice gadget. Nella restituzione di nuova vita al prodotto, Alisea rivitalizza il tessuto locale, coinvolgendo direttamente gli artigiani nella filiera di produzione e attribuendo così un grande valore sociale ai propri progetti. Da questa esperienza nasce per esempio Perpetua, la matita-oggetto di design derivata dagli scarti di grafite: una vera e propria sintesi del percorso di innovazione ventennale di Alisea e trampolino di lancio dell'azienda nei mercati di tutto il mondo.

A un certo punto della mia carriera – mi occupavo allora della parte commerciale – mi sono ritrovata con un contratto in scadenza che non mi avrebbero rinnovato e quasi venti persone che attendevano le mie decisioni sul loro futuro. In quel momento capisco che gli oggetti che avrei potuto continuare a vendere avrei dovuto iniziare a produrli io ma, in un mondo dove quasi tutto è Made in China, mi serviva un'idea unica e diversa. Poi un amico per caso mi regala un quaderno, al cui interno c'era scritto: «Nessun albero è stato abbattuto per la produzione di questo quaderno», e così ho avuto un flashback. Mi sono ricordata di un giorno che ero in treno, erano gli anni Ottanta, e in uno scompartimento ascoltavo due professori che parlavano di scarti e dei rifiuti come del business del domani. Improvvisamente tutto si riconnette nella mia testa e arriva l'idea che stavo aspettando: fare oggetti di design, Made in Italy, prodotti esclusivamente con materiali di recupero e di riciclo, di cui sarò io a

raccontare la storia.

Alisea oggi pensa, progetta e produce oggetti legati alla comunicazione delle aziende – quelli che comunemente chiamiamo «gadget» – a partire da materiale di recupero o riciclo. Si tratta di prodotti italiani, provenienti dal territorio, controllati e verificati personalmente da noi. Siamo partiti nel 1994 e dopo tre anni, tempo necessario per il posizionamento sul mercato, è nato il marchio e abbiamo cominciato a parlare di economia circolare e sostenibilità tramite i nostri «oggetti comunicanti». Lavoriamo con materiali di scarto che ci forniscono direttamente i clienti, per cui controlliamo direttamente la filiera. Nel 1997, la convinzione e la fiducia nel lavoro che stavamo facendo ci ha permesso di andare avanti nonostante le difficoltà, in un periodo in cui in Italia ancora non si parlava di sostenibilità. Siamo stati dei pionieri nel progettare oggetti a partire dagli scarti del cliente. All'inizio, eravamo noi a chiedere ai nostri clienti che cosa buttassero via, mentre oggi sono loro stessi a chiamarci direttamente.

La sostenibilità è dunque nel nostro DNA, a partire dalla materia prima. Per controllare la filiera in termini di eticità abbiamo scelto di non lavorare con alcune tipologie di settori, come quello delle armi e ci rivolgiamo ad aziende i cui valori siano coerenti con la nostra filosofia imprenditoriale. L'esperienza che avevo maturato nel ramo commerciale di Mondadori mi aveva insegnato che per vendere un prodotto, questo deve essere coerente dall'inizio alla fine. Nel momento in cui il prodotto parla di valori poi, questi devono essere riscontrabili lungo tutto il processo produttivo, altrimenti si tradisce la fiducia del consumatore. La coerenza e veridicità del messaggio è fondamentale per un business come il nostro, basato su «oggetti comunicanti». Così, oltre alla produzione tout court, forniamo ai nostri clienti anche un servizio di consulenza, per comunicare efficacemente quei valori intangibili che l'azienda ha scelto di trasmettere: in un certo senso, il cliente mette la sua reputazione nelle nostre mani. Con Perpetua, la matita prodotta con gli scarti di polvere di grafite, la storia è tutta nostra, personale, ed è il cuore dell'evoluzione del nostro business sostenibile.

Siamo stati tra i pionieri dell'economia circolare e per molti anni la nostra sopravvivenza è dipesa dal target alto di clientela con cui abbiamo iniziato a lavorare e dalla scelta di far leva sulla bellezza del prodotto, spingendo molto sul design. Per sopravvivere e competere in un mercato dove impera la legge del low cost, i nostri punti di forza sono stati la fidelizzazione dei dipendenti e la scelta di offrire ai nostri

clienti un prodotto etico con la convinzione che il primo dovere di un'azienda sostenibile sia pagare i propri dipendenti e fornitori e dare un servizio pulito ai propri clienti.

Un'altra caratteristica è che lavoriamo in connessione con altre realtà del territorio coinvolgendo direttamente gli artigiani nella filiera di produzione. In taluni casi si tratta di chiedere loro di aumentare la produzione, mettendo loro a disposizione la materia prima: ciò non implica grandi sconvolgimenti nelle loro strutture ma anzi consente di generare un impatto sociale positivo in un contesto di crisi anche per l'artigianato.

I clienti, infine, sono stati spesso il nostro ufficio ricerca e sviluppo, che ci ha permesso di sperimentare e crescere a costo zero. E proprio la ricerca e l'innovazione sui materiali e sui processi produttivi è alla base del nostro successo. È questa consapevolezza che ci ha permesso di creare Perpetua.

La storia di Perpetua, nasce nel 2013 quando scopriamo che in Italia nessuno produceva matite probabilmente perché si tratta di un processo molto costoso se non ottimizzato da quantità elevate. A noi è sembrata una grande opportunità e abbiamo quindi deciso di investirci. Abbiamo messo insieme player diversi che avevano già lavorato con noi e abbiamo scelto di creare la prima matita realizzata con gli scarti della polvere di grafite, materia prima che tramite un cliente sapevo di poter avere in grandi quantità. Riciclare per disegnare: non si era mai sentito prima. E per di più con un prodotto che è anche oggetto di design, unico al mondo, tutelato da brevetto.

Tutto quello che abbiamo imparato è finito in una matita che è innovazione e design, e che ha finito per cambiare la mia vita, facendomi capire che per uscire dall'Italia con il mio prodotto dovevo investire, diventare produttore di un progetto sostenibile. Se la forza del Made in Italy è l'innovazione, per noi innovazione è stato inventare un nuovo processo produttivo, non più *recycling* ma *self-cycling*, ovvero produrre senza scarti. E non è un caso se una delle prime manifestazioni di interesse per Perpetua a livello internazionale sia arrivata dall'Australia, dove è proibita l'importazione di prodotti fatti in legno.

Quella di Perpetua è una bella storia ma ci tengo a sottolineare come, in questo e in tanti altri casi in Alisea, non si tratti di storie solo nostre, ma anche di coloro che hanno lavorato sinergicamente con noi. Qui in Italia si è restii alle connessioni, si ha paura che qualcuno possa rubarci le nostre idee e si teme la concorrenza. Ci sono – è vero – design anche più belli dei nostri, ma sono i valori dietro ai nostri prodotti a

renderli unici.

Proprio la convinzione che cresciamo attraverso gli altri ci ha fatto capire in quale direzione si sarebbe orientato il nostro futuro. La scintilla di innesco è stata l'incontro con Matteo Ward e la sua WRÅD, azienda che opera nel settore della moda sostenibile. In questo giovane ho ritrovato i miei stessi valori e da lì abbiamo lanciato il progetto «Endorsed by Perpetua»: l'idea di base è stata di investire direttamente su questa azienda e dar vita a una relazione win-win, dove se loro crescono, cresco anche io. Oltre all'investimento tout court si tratta anche di condividere contatti sviluppati in vent'anni di lavoro e il nostro know-how, inteso come trasmissione della nostra capacità imprenditoriale. In cambio Ward ha condiviso altrettante competenze, fondamentali per il nostro futuro business, relative alla comunicazione e alla conoscenza dei Millennials.