



Oltre la plastica

**CONTEMPORARY HEROES
DAI OPTICAL INDUSTRIES
DIVEL ITALIA
HOYA VISION CARE
TECNITALIA
ZEISS**

Speciale Sostenibilità

Oltre la plastica

Per superare la natura fossile del materiale che tutti credevamo insostituibile. E scoprire evoluzioni possibili per una nuova estetica vitale. Grazie a prestazioni circolari, fatte per tornare a nutrire la natura. Una mostra sui mutamenti già a portata di mano e sugli strumenti che permettono a designer e imprese di immaginare nuovi utilizzi e progetti.

Giuliana Zoppis



Liminal Cycles. Installazione con bioskin reattivo ai raggi UV per ossatura d'auto progettata e realizzata da Crafting Plastics! Studio per Lexus sulla base della loro plastica di origine biologica Nuatan®, 2024 - Ph. Steve Benisty / courtesy Crafting Plastics!

OLTREPLASTICA è una mostra curata da Frida Doveil e prodotta da ADI Design Museum (con il supporto di Eni) che esplora i percorsi di transizione che accompagnano la plastica “oltre” la sua natura, mettendo a fuoco il rapporto tra cultura materiale, innovazione industriale e sostenibilità ambientale. Al tempo stesso è un neologismo che evidenzia uno stato di fatto: la plastica come l'abbiamo sempre conosciuta è cambiata. Questo richiede modi nuovi di nominarla, di classificarla e di utilizzarla. L'evoluzione delle plastiche contemporanee si articola in cinque profili di trasformazione e circolarità declinati in campioni e prodotti in mostra: **rivitalizzata**, la plastica che rinasce dal riciclo chimico e meccanico; **a massa bilanciata**, derivata da materie prime alternative; **bio-based**, prodotta da fonti biologiche rinnovabili; rigenerata, ottenuta da scarti e residui organici; **biofabbricata**, creata da organismi e cellule viventi. La lettura del cambiamento emerge, potente, quando ci si cala nella

realtà della produzione, dove emerge un panorama di imprese, ricercatori e designer che interpretano le nuove materie “oltre” la plastica come agenti attivi di pratiche evolutive capaci di generare bellezza a partire dagli scarti, di ridefinire standard estetici, di prefigurare un futuro in cui la plastica, pur restando tale, diventa “plausibile” dal punto di vista ambientale, tecnico e culturale. Verso scenari di produzione e consumo più consapevoli e responsabili. Un processo inarrestabile che attraversa scienza, industria, società e design arrivando a condizionare l'idea stessa di contemporaneità.

DALLA SPERIMENTAZIONE, UNA MAGGIORE CONSAPEVOLEZZA

Ad aprire la sezione delle nuove metamorfosi dei materiali di OLTREPLASTICA, c'è una carrellata tra i primi polimeri sintetici degli inizi. Dieci anni prima di quando Giulio Natta, Nobel per la chimica, diede avvio con il polipropilene alla materia prima



Aurora®. Muta subacquea in schiuma di neoprene calcareo e fodera d'origine vegetale Greenwave®, Yamamoto Corporation.

derivata dal petrolio, la più accessibile per i consumatori del mondo moderno. Cinque plastiche iconiche – poliuretano, resina poliuretanica, polietilene, polipropilene, acrilonitrile butadiene stirene, stirene acrilonitrile – corrispondono, nella scelta della curatrice, ad altrettanti **Compassi d'Oro**, tracce tangibili di un'epoca in cui la plastica era “la materia dell'invenzione” per eccellenza. Un materiale indistruttibile, accessibile, economico e polimorfo che continua a vivere intorno a tutti noi, dentro le case, i luoghi del lavoro, le scuole, gli ospedali. Eppure la plastica da fonti fossili sta diventando un problema enorme nelle città, nei campi e negli oceani di tutto il mondo. Quando nel 2019 la Osaka Blue Ocean Vision del G20 dichiara il primo impegno internazionale per azzerare entro il 2050 la dispersione di rifiuti plastici nei mari, attraverso **un approccio globale al ciclo di vita della plastica**, vengono chiamati in causa l'intero sistema industriale e la cultura progettuale: è urgente dare vita a un nuovo modo di pensare la materia plastica, quella più impattante sul ciclo alimentare e sulla salute del pianeta. «*Scienza e tecnologia hanno oggi bisogno di nuove domande per poter elaborare nuove risposte orientate ai valori del progresso sociale. Solo una disciplina consapevole, che il progetto di design non può limitarsi a prudente misura della distanza dagli obiettivi, ci aiuterà a capire i caratteri dinamici che la modificazione continua del contemporaneo impone*», commenta Luciano Galimberti, presidente ADI. «*Non si tratta di celebrare né condannare la plastica: è importante indagarne piuttosto le*

metamorfosi e la sua ridefinizione radicale, dove design e scienza dei materiali possano agire insieme per riscriverne il destino», afferma la curatrice Frida Doveil. «Attraverso una costellazione di prodotti, materiali e processi pionieri, ho voluto raccontare un percorso ancora in itinere, fatto di sperimentazioni concrete e invenzioni di progetto che testimoniano le possibilità di una plastica responsabile, capace di superare i limiti della propria origine».

NUOVI SCENARI E NUOVI COMPORTAMENTI

Anche per l'uso e il consumo di oggetti in plastica di nuova concezione è necessario modificare mentalità e comportamenti di chi progetta, produce, acquista. Come reinventare delle pratiche sociali che restituiscano all'umanità il senso delle sue responsabilità? Risponde la curatrice Frida Doveil.

«Già, il senso di responsabilità. Grande tema. Se me lo permette mi limito al “come” di chi progetta. Il design non è il solo a poter mettere in atto azioni che possano richiamare il senso profondo della nostra relazione con il mondo in cui viviamo, ma sicuramente ha un ruolo significativo sul piano culturale ogni volta ci faccia accorgere di qualcosa che fino a poco prima ci pareva impensabile o era semplicemente poco visibile. Pensiamo alla plastica di riciclo come a un materiale grigio e anonimo? Vederla tradotta in una proposta estetica raffinata e contemporanea grazie a scelte di design può far innamorare anche gli scettici. Penso al progetto poetico e intelligente dei designer Vanessa Yuan e Joris Vanbriel che nel 2016 propongono la loro plastica di riciclo Ecothylene®: un materiale plastico semitrasparente e lattiginoso creato al 100% da rifiuti plastici post-consumo e producibile industrialmente in diverse nuance di colore senza aggiunta di pigmenti o altre materie plastiche. I due designer-imprenditori belgi ne hanno fatto un'azienda di arredi per bambini, ecoBirdy, con l'idea di far sperimentare alle giovani generazioni il senso anche estetico del riciclo, capace di valorizzare oggetti poveri del quotidiano come i giocattoli in plastica con un destino usa e getta. Per nuovi comportamenti abbiamo anche bisogno che i materiali più plausibili ambientalmente vengano non solo riconosciuti, ma amati per essere scelti e utilizzati».



Oxman. Scarpa in tessuto biodegradabile in PHA realizzata con piattaforma monomateriale O°. Design e produzione, OXMAN, 2025.



Floor Flex (a sinistra) e Piuma Kiwi. Pannelli fonoassorbenti per rivestimenti murali e pavimenti, dalla fermentazione del micelio su fibre riciclate di cotone post-consumo. Menzione d'onore Compasso d'Oro International 2025, Mogu.



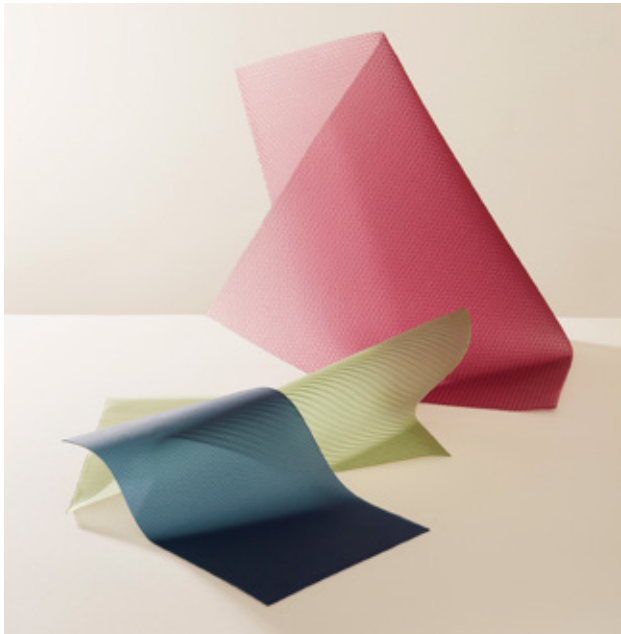
In-Side. Poltrona per outdoor in polietilene riciclato stampato in rotazionale. Design Thomas Heatherwick, Magis, 2025.

Quale può essere il ruolo del design per facilitare il cambiamento?

«Il design facilita il cambiamento quando è radicale e quando gli oggetti che progetta cambiano le regole consolidate. Ma forse per cambiare le regole del gioco basterebbe poco: scegliere plastiche intelligenti in termini ambientali e non solo di performance; farle durare più a lungo, concepando oggetti che si possano riutilizzare, aggiornare, riparare; e progettare un futuro anche estetico al loro fine vita che dia dignità di linguaggio alla materia esausta e lavori sull'accettazione culturale di oggetti e materiali a basso impatto».

Il riciclo delle plastiche tradizionali arrivate a fine vita è una delle azioni possibili per tutelare l'ambiente, ma è evidente che servono azioni più radicali. Per esempio, adottando il riutilizzo con vuoti a rendere invece dell'usa&getta o eliminare il packaging con acquisti "leggeri". Cosa ne pensa?

«Penso che queste modalità siano molto utili e necessarie. D'altro canto sono strategie che hanno bisogno di più attori



Algaeskin. Campioni sviluppati utilizzando alghe per i settori moda e design. PEELSPHERE®.

in campo. Le azioni che cita necessitano di strategie che coinvolgano le politiche da attivare sui territori da parte degli enti locali o le scelte da fare a livello dei marchi della grande distribuzione e così via. Sicuramente il processo evolutivo che abbiamo di fronte è inarrestabile e si muove con grande rapidità cogliendo tutte le opportunità che nascono all'incrocio tra spinte sociali, protocolli internazionali, evoluzioni nella scienza dei materiali e, non ultimo, il contributo del design soprattutto quando è utopico e dirompente e agisce spostando il punto di vista delle relazioni consolidate anche con i materiali. Un'autovettura che venga proposta come media di relazione fisica fra uomo e pianeta, capace con la sua pelle interattiva, e non solo con le interfacce digitali di AI di cui è dotata, di avvisare della dannosità raggiunta da raggi UV nell'atmosfera, ad esempio, è un cambio di prospettiva utopico ma non

impossibile da realizzare. Rendere l'impossibile possibile è una delle grandi sfide che design e industria hanno di fronte oggi. Le sperimentazioni fatte da Crafting Plastics! sulle bioplastiche reattive all'ambiente che vediamo in mostra li vede, fra le altre cose, autori di un'installazione per Lexus dove si esplorano possibilità d'uso della plastica bio-based come interfaccia reattiva ai cambiamenti climatici. Vlasta Kubušová, co-fondatrice di Crafting Plastics! Studio, afferma "si tratta di un approccio che unisce l'intelligenza ecologica all'innovazione dei materiali. Questa visione del biodesign orienta ogni nostra scelta: non ci limitiamo a sostituire un materiale con un altro, ma ripensiamo come i materiali nascono, come si comportano e come si reintegrano nella biosfera».

LA SPERIMENTAZIONE PREPARA I PRODOTTI DI DOMANI
Stiamo sperimentando che le nuove plastiche prodotte da fonti biologiche rinnovabili e da scarti o residui organici sono a volte meno resistenti delle plastiche di vecchia generazione, che sono praticamente indistruttibili. Quali le conseguenze?

«Non direi che si possa parlare di minore resistenza, piuttosto di comportamenti differenti rispetto a quelli cui siamo stati abituati con la plastica di origine fossile. I biopolimeri di origine biologica che sono biodegradabili e compostabili hanno sempre più spesso ottime qualità a livello di performance. E sempre più le avranno. Ma ciò che oggi le caratterizza, l'aspetto meno noto, è l'elevata progettabilità. Le plastiche bio-based sono progettabili per funzionare alle condizioni di esercizio per le quali sono create e allo stesso tempo degradare a fine uso secondo condizioni e in ambienti di degradazione predefiniti a monte. La capsula per il caffè espresso in Mater-Bi di Novamont ci racconta una storia di bioplastiche customizzabili su scala industriale. È un bel cambio di paradigma. E quanti di noi si soffermano sul fatto che questa bioplasica italiana, pioniera dei polimeri biodegradabili e compostabili producibili industrialmente e sviluppata già alla fine



Charlie. Sedia per l'infanzia in ecoethylene®. Design Vanessa Yuan e Joris Vanbriel, ecoBirdy.

Sacco Goes Green. Poltrona con involucro in nylon rigenerato Econyl®, decoro Pierre Charpin. Interno in sfere espansive di acido polilattico (E_PLA) BioFoam®, Bewi/Zanotta

degli anni '80, può avere oggi allo stesso tempo resistenza termica e giusto rapporto fra tenacità e performabilità richieste a una capsula per il caffè, oltre ad essere biodegradabile e compostabile? È una gran bella cosa che dà speranza a tutti noi e voglia ai progettisti di sperimentare il nuovo. La sperimentazione prepara il domani. È in quest'ottica che dobbiamo guardare a alcuni dei materiali più inconsueti presenti in mostra, come ad esempio i poliesteri biosintetizzati su cui sta lavorando lo studio OXMAN di New York, che vengono biofabbricati a partire da batteri e tradotti in prodotti attraverso la loro piattaforma monomateriale O°. Ci dimostrano che siamo pronti all'ingresso in campo delle bioplastiche performanti. E, soprattutto, che materiali come quelli aprono la strada a una visione nuova dell'innovazione di design: un mondo in cui i prodotti cresceranno e si decomporranno come ecosistemi guidati dal design. Per citare Montalti di Sqim, l'azienda biotech italiana che sviluppa e produce materiali biofabbricati per l'interior e la moda a base di micelio fungino: «La sfida della biofabbricazione, basata sulla cooperazione con gli organismi viventi, è tutta nell'intelligenza e nella sensibilità di progetto che sono necessarie a monte del processo per suggerire al microorganismo i comportamenti necessari a originare il semilavorato desiderato su cui fondare materiali e prodotti. Una nuova era».

LE SCELTE SOSTENIBILI DEVONO ESSERE CONVENIENTI

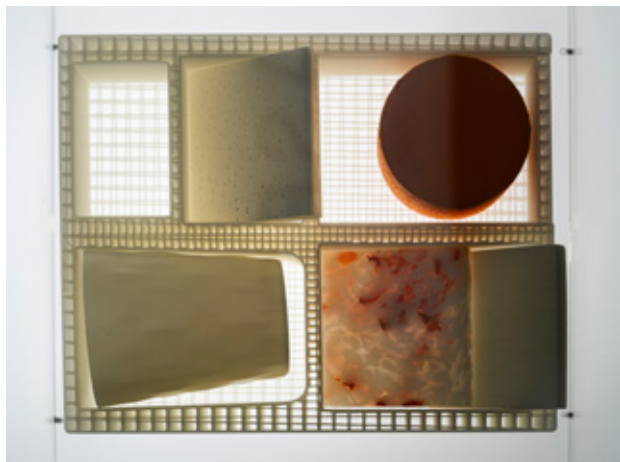
Come emerge forte e chiaro nelle parole di Frida Doveil e come si vede nella sua mostra, i materiali per un uso quotidiano consapevole esistono già. Il processo in corso è inarrestabile e probabilmente è solo questione di tempo perché queste nuove materie si diffondano. «Sono possibili accelerazioni improvvisate», aggiunge Doveil. «Quella che chiamo "oltreplastica" continuerà a diffondersi cogliendo tutte le opportunità che nasceranno all'incrocio fra spinte sociali, evoluzioni della scienza dei materiali, protocolli internazionali. E, non ultimo, il contributo del design». Ed è lì, nel cambiare le estetiche delle nuove etiche e i linguaggi d'uso, che il ruolo della cultura del progetto può essere centrale. Si inseriscono in questo flusso di idee le architetture Manuela Bonaiti e Emma Clerici, che nel 2007 hanno fondato a Milano lo studio **Baolab**, spinte da una profonda curiosità per i materiali e dagli aspetti sensoriali dei prodotti industriali. Passando dalle auto alla moda, dalle piastrelle ai tessuti, Baolab si focalizza non tanto sulle qualità formali del prodotto, quanto sulla sua identità narrativa attraverso la strutturazione di metaprogetti. La **sostenibilità** è il loro driver progettuale imprescindibile, dove la vera sfida è creare un circolo virtuoso in cui è **economicamente conveniente progettare prodotti con elevati standard**



SENSBIOM 2.1. Forme rivestite con reticolo in biopolimero Nuatan®, filamento reattivo agli UV, design e produzione Crafting Plastics!



Moscardino. Posata monouso in Mater-Bi Novamont. Design Giulio Iacchetti e Matteo Ragni, Pandora Design. Compasso d'Oro 2001.



Crafting Plastics! Campioni di Nuatan® dai vari metodi di lavorazione e trasformazione. Miscele di biopolimeri per prodotti ad alto valore aggiunto, a base di PHA e PLA, 100% biodegradabili e compostabili. Crafting Plastics! Studio.



BAOLAB. Campionario dei materiali ad alto standard di sostenibilità, selezionati dallo Studio milanese di ricerca, progettazione e consulenza industriale. Baolab.net.

di sostenibilità, sia essa intesa in qualsiasi variante: materia, di processo, di smaltimento, piuttosto che usare materiali vergini. «Di sicuro un prodotto non vende di più solo perché è sostenibile, ma perché funziona e magari è anche bello - affermano le Baolab - la sostenibilità prenderà piede nel design solo se avrà un'estetica accattivante e/o performance migliori rispetto alle alternative tradizionali. Concentrandosi sulle sue caratteristiche uniche, aldilà della poetica storia di recupero delle alghe o dei resti delle conchiglie o qualsiasi altra eticamente perfetta origine. Gli sforzi di riduzione di CO2 rischiano di essere vani se alla fine il prodotto risulterà troppo costoso, o se avrà un'estetica strana, non consolidata, senza referenze visive confortevoli e conosciute. Premettiamo che le vie per la sostenibilità sono molteplici: disassembling, mono-matericità, biobased, negative carbon footprint, upcycling, recycling... Nel mondo, per esempio, delle **alternative alle plastiche tradizionali** possiamo trovare tante diverse direzioni, come la plastica che torna materia prima originale, la plastica alleggerita e migliorata meccanicamente tramite aggiunte di fibre naturali e particelle ceramiche, le plastiche da origine fossile sostituite da alternative rinnovabili. Oppure ancora: plastica riciclata, proveniente da flussi di rifiuti tradizionali e con sistemi già strutturati, oppure da flussi

*complessi, come prodotti compositi attualmente non divisibili, oppure flussi di qualità variabile. Altri temi considerevoli sono quello del **mantenimento della performance del materiale sostenibile e della sua durabilità**, come delle risorse necessarie per ottenerlo, che prevedono impegno di energia e mezzi (selezione e suddivisione del rifiuto, trasporto, pulizia, lavorazione meccanica o chimica...), oppure quello delle filiere chiuse (in cui il prodotto torna a fine vita all'azienda che lo ha prodotto), o quello dell'ottenimento di materiale 100% biobased e della possibilità o meno che sia biodegradabile/compostabile a fine vita. Sono tutte alternative valide e percorribili, a seconda del progetto. Un'altra considerazione utile è quella di lavorare sul processo e le processabilità invece che solo sul materiale in sé: se per creare una magnifica lastra di bioresina e gusci d'uovo impiego il triplo dell'energia che serve per fare un laminato, bisogna ripensare la tecnologia. Riteniamo, dunque, auspicabile capire l'identità di un materiale ritenuto sostenibile (la sua narrazione e le sue sensorialità), senza forzarci nella sua scelta e senza ogni volta ostentarne le origini. Solo così, forse, un materiale siffatto può entrare a pieno diritto nelle possibilità di utilizzo tanto quanto un marmo, un carbonio intrecciato o una onorevolissima e longeva lastra in ABS».*

Circular components

Circularity →



Ciclo PaperShell: in fogli di cellulosa pressati nella forma desiderata. A fine vita il materiale è processato con pirolisi (riscaldamento in assenza di ossigeno) per creare il biochar, carbone vegetale con funzione di concime organico. Courtesy PaperShell.

MATERIOTECHE E MAPPE ONLINE

Ci sono in Italia oltre 10 archivi fisici aggiornati sui nuovi materiali, tecnologie e applicazioni, che divulgano il sapere sui prodotti organici e sostenibili per produzioni in campo design-automotive-moda (da Materia 2.0 a Metro Quality a Material Connexion Library a MATto, sono situate per lo più a Milano, Torino e dintorni). Oltre ad accogliere nei loro spazi studenti, progettisti e imprese interessati a impiegare nei progetti futuri, sono concepiti per stimolare la creatività visiva attraverso percorsi sensoriali a tema. In aggiunta a questi hub innovativi, esistono mappe itineranti, che viaggiano fisicamente tra fiere, musei della ricerca scientifica e nei numerosi Material Lab internazionali, come quelle curate da Studio Nima (www.studio-nima.com). E delle mappe online che raccolgono via via campionari, dati e performance dei nuovi materiali in Italia e nel mondo. Tra queste Materials Design Map, creata da Teo Sandigliano (designer e docente), è una delle più complete e accessibili perché concepita come spazio open-source e gratuito (www.materialsdesignmap.com). «**Quello che ci interessa è favorire la diffusione di prodotti e progetti per un'economia circolare e locale e fare da connessione tra designer, progettisti, ingegneri e le imprese**». La ricerca sulla MDM è trasversale: si può procedere per risorse e materiali, designer, collocazioni geografiche e aziende. Da una rapida consultazione sulle alternative alle plastiche da fonti fossili, per esempio, sono emerse tre "chicche" internazionali.

PaperShell che offre la produzione di componenti B2B "built-to-print" che sostituiscono non solo la plastica, ma anche fibra di vetro e alluminio. Con il biocomposito prodotto è possibile ottenere una riduzione del 90-98% delle emissioni di CO2. PaperShell si propone come transizione verso una bioeconomia circolare, fondendo scienza e arte, e indirizzando le risorse finanziarie verso soluzioni in linea con la natura (www.papershell.se). Zeoform è un nuovo materiale modellabile ricavato da fibre vegetali di scarto. Privo di colle, resine o finiture sintetiche, è biodegradabile e sufficientemente resistente da sostituire legno, plastica e metallo. È utilizzato per mobili e pannelli da interni (www.zeoform.com). Instead Mobilier, che a breve sarà sulla mappa online, presenta Balt® un "legno di malto" ricavato da cereali esausti e imballaggi alimentari riciclati e raffinato nel "birrificio di mobili" interno. Resistente, caldo e dalla texture naturale, è disponibile in tonalità ispirate alla birra, modellate da ingredienti come sottoprodotti del grano, fondi di caffè e pigmenti di origine biologica. Pressato in stampo anziché lavorato meccanicamente, Balt® è resistente alle macchie, ai graffi e all'acqua. Disponibile in elementi fino a 800 x 800 mm, con opzioni di impiallacciatura per superfici più ampie; può essere riprocessato a ciclo chiuso, consentendo a ogni pezzo di rinascere all'infinito (www.insteadmobilier.fr).

CONTEMPORARY HEROES

Estetica industriale

Con **Essential**, il brand eleva il concetto di **minimalismo** conferendogli un'**accezione sostenibile**.



Contemporary Heroes firma **Essential**, una collezione di occhiali che traduce l'idea di essenzialità in forme pure, materiali tecnici e comfort quotidiano. Il design minimale incontra una funzionalità concreta: ogni dettaglio è pensato per accompagnare la vita in città con **discrezione, leggerezza e resistenza**. Realizzati in **beta-titanio**, questi occhiali offrono una vestibilità ideale per l'intera giornata e una durata pensata per affrontare il ritmo urbano. La cerniera cilindrica,

pulita e affidabile, diventa un segno di riconoscimento: un accento sobrio che richiama l'estetica industriale e dà continuità alle linee. La collezione comprende **tre modelli unisex**, proposti in **tre varianti colore** con **finiture galvaniche** che valorizzano profili sottili e proporzioni equilibrate. Le montature leggere si indossano con naturalezza, mentre le lenti cosmetiche in tonalità neutre illuminano lo sguardo e definiscono i lineamenti, garantendo praticità d'uso senza rinunciare all'eleganza.



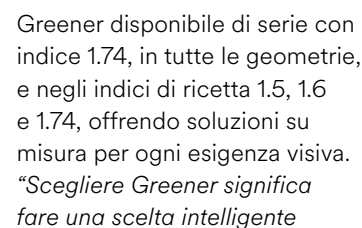
"Essential", specifica il brand "non è solo un linguaggio di stile: è una scelta". Una visione in cui **prodotto, contesto e responsabilità** dialogano con coerenza attraverso iniziative dedicate alla **sostenibilità urbana**, affermando un'estetica misurata e durevole.



Direzione concreta

Per **DAI Optical Industries** ridurre l'impatto ambientale non è solo un dovere etico, ma anche un'opportunità di **innovazione** e **sviluppo**. L'azienda ha integrato pratiche green in ogni fase della produzione, valorizzando le risorse naturali e ottimizzando i processi produttivi. Tra le azioni più significative messe in atto dall'azienda figurano: il riciclo delle acque di lavorazione tramite sistemi avanzati di filtraggio e separazione dei rifiuti solidi, che permettono di recuperare risorse preziose e garantire uno smaltimento eco-sostenibile; la riduzione fino al 90% dei volumi di scarto grazie a presse dedicate, con un conseguente abbattimento delle emissioni di CO₂ legate al trasporto; l'utilizzo di energia 100% sostenibile attraverso impianti fotovoltaici che assicurano l'autosufficienza energetica aziendale. Anche le persone sono al centro: formazione continua, valorizzazione delle idee e coinvolgimento dei collaboratori sono strumenti chiave per ottimizzare i processi e rafforzare l'efficienza produttiva.

Dalla filosofia sostenibile di DAI Optical Industries nasce **Greener**, la lente ecologica che unisce prestazioni elevate e rispetto per l'ambiente. Realizzata con materie prime di origine naturale e un processo a basse emissioni di CO₂, utilizza fino al 90% di biomassa vegetale, offrendo le stesse performance delle lenti tradizionali in plastica o vetro. Ogni 100 kg di resina utilizzata permette di ridurre 326 kg di emissioni di CO₂, rendendo tangibile l'impatto positivo della scelta. Le nuove lenti garantiscono chiarezza visiva e resistenza agli urti, adattandosi a qualsiasi tipo di prescrizione senza compromessi.



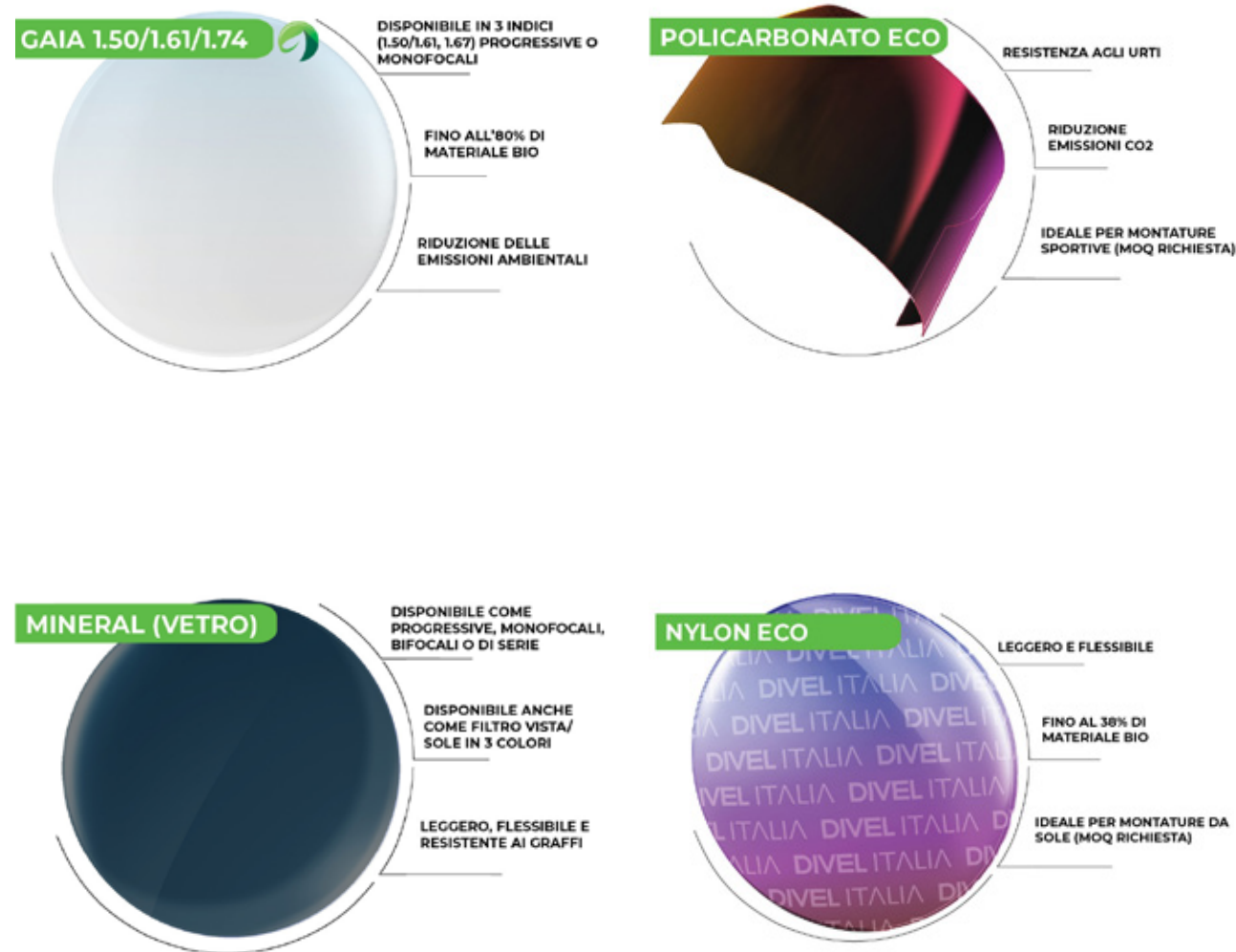
ed etica, tutelando il proprio benessere visivo e contribuendo concretamente alla salvaguardia dell'ambiente", ha specificato l'azienda. "Una lente che non guarda solo il presente, ma il futuro del nostro pianeta".



DIVEL ITALIA

Filiera certificata

Nel panorama dell'occhialeria italiana, il tema della sostenibilità è diventato uno dei criteri fondamentali con cui valutare la **qualità** e la **responsabilità** di un'azienda. "In Divel Italia non ci limitiamo a seguire questa tendenza: la interpretiamo, la strutturiamo e la facciamo nostra", spiega il team Divel Italia.



Negli ultimi anni **Divel Italia** ha intrapreso un percorso chiaro e coerente verso la riduzione dell'impatto ambientale dei propri prodotti e dei propri processi. Il primo passo visibile è rappresentato dal **lavoro sui materiali**. Divel Italia ha infatti sviluppato una gamma di lenti ecosostenibili che rappresenta uno dei passaggi più avanzati nel percorso dell'azienda verso la **responsabilità ambientale**. A distinguerle sono i materiali innovativi utilizzati per le lenti da sole della linea **Green Line - Nylon Eco** e **Policarbonato Eco** - affiancati da **Gaia Eco Lens**, realizzata con una percentuale significativa di componenti bio o a ridotto impatto, fino all'**82%**. Una scelta che riduce le emissioni di CO₂ e dimostra come tecnologia e sostenibilità possano convivere senza compromessi in termini di qualità.

NYLON ECO: LA VERSIONE RESPONSABILE DEL NYLON TRADIZIONALE

Il **Nylon Eco** è la variante a ridotto impatto del nylon comunemente impiegato nella produzione di lenti da sole. Inserito nel progetto **Green Line**, lanciato nel 2020, contiene circa il 39-40% di derivati bio - come oli vegetali o materie prime di origine naturale non fossile - in sostituzione dei tradizionali materiali petrolchimici. Pur integrando componenti bio, mantiene le caratteristiche che rendono il nylon uno dei materiali preferiti nel settore: leggerezza, resistenza e qualità ottica. Come il policarbonato eco, è soggetto a quantitativi minimi di ordine, caratteristica tipica dei materiali tecnici per lenti solari.

POLICARBONATO ECO: SOSTENIBILITÀ CERTIFICATA

Il **Policarbonato Eco** segue gli stessi criteri di responsabilità, essendo prodotto anche tramite risorse rinnovabili di seconda generazione, con l'obiettivo di ridurre l'impronta carbonica rispetto al policarbonato tradizionale. A garanzia di tracciabilità e sostenibilità, il materiale ha ottenuto la certificazione ISCC PLUS, che attesta l'utilizzo controllato e verificabile di materie prime bio-origin o riciclate in sostituzione di quelle fossili.

IL RITORNO DEL VETRO: LA SOLUZIONE PIÙ "CIRCOLARE"

Accanto ai tre materiali eco della linea, Divel Italia include anche il **vetro**, un classico della produzione di lenti oggi rivalutato proprio per il suo profilo ecologico: è infatti riciclabile all'infinito, senza perdita di qualità o purezza. Rimane inoltre uno dei materiali più resistenti ai graffi, con un'eccellente trasmissione della luce. Dal 2026 saranno inoltre disponibili per gli ottici filtri in stock in tre colorazioni classiche - grigio, verde e marrone - anche in versione polarizzata e fotocromatica.

OLTRE IL MATERIALE: LA FILIERA CERTIFICATA

Per Divel Italia, la sostenibilità non si limita alla scelta delle materie prime. L'azienda ha conseguito la certificazione ISCC+, che garantisce la gestione responsabile dell'intera filiera produttiva: dall'approvvigionamento alla trasformazione, fino al prodotto finale. Il percorso comprende il monitoraggio

dei consumi energetici, la gestione degli scarti, l'ottimizzazione degli impianti e la riduzione delle emissioni. Un impegno trasversale che mette al centro un modello produttivo realmente responsabile.

UNA VISIONE INTEGRATA DELLA SOSTENIBILITÀ

La strategia dell'azienda viene raccontata anche attraverso momenti simbolici, come la Giornata Mondiale della Terra, occasione in cui l'azienda rinnova pubblicamente il proprio impegno e sensibilizza clienti e partner su un tema ormai centrale in ogni settore produttivo. In un mercato sempre più attento alle scelte "green", Divel punta a offrire non solo prodotti all'avanguardia, ma anche un modello che rispecchi una responsabilità concreta verso il pianeta.

GUARDARE AL FUTURO

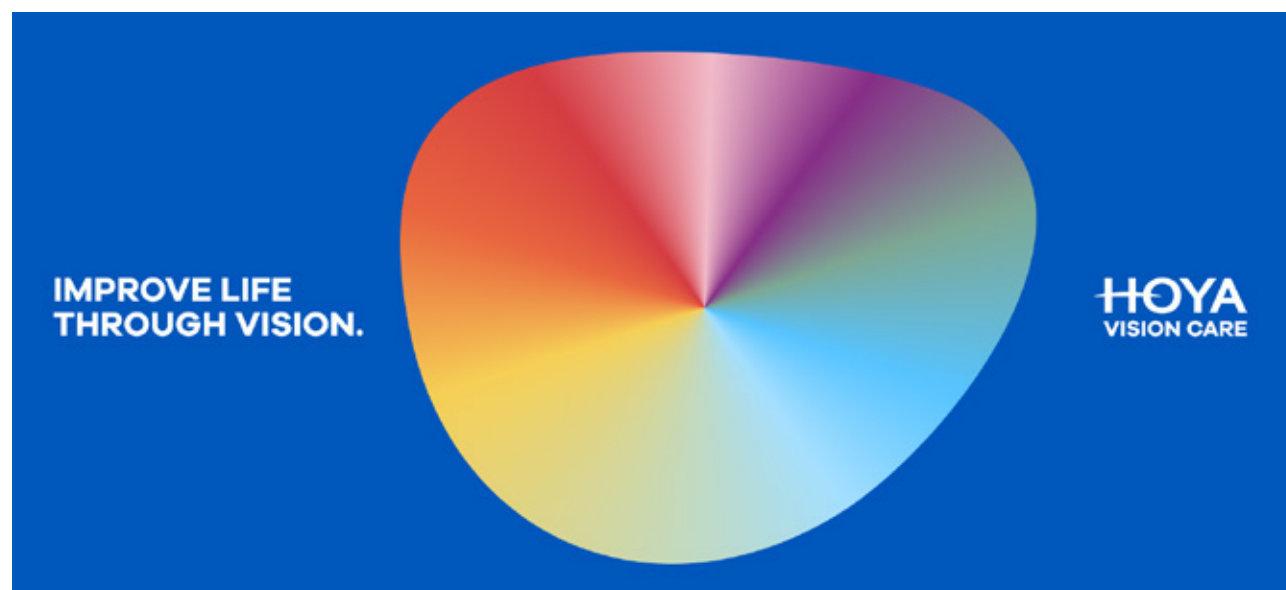
Oggi parlare di sostenibilità significa definire il futuro dell'occhialeria. Un futuro che, nel caso di Divel Italia, è costruito su **coerenza, ricerca e investimenti reali**. Il risultato è una proposta capace di unire **tecnologia, estetica e attenzione ambientale**, invitando l'intera filiera a superare la logica della semplice produzione per abbracciare una nuova, più consapevole visione del progettare e realizzare lenti.

Per rimanere aggiornato sui prodotti Divel, è possibile seguire i canali social dell'azienda e visitare sito www.divel.it

HOYA VISION CARE

Tre asset per il futuro

Hoya Vision Care coniuga innovazione, inclusione e sostenibilità per generare valore concreto: per le persone, per le comunità e per il futuro del benessere visivo.



Con la nuova missione **“Migliorare la vita attraverso la visione”**, Hoya Vision Care inaugura una fase che rafforza il legame tra **innovazione** e **responsabilità sociale**. Questa missione rappresenta la cornice strategica sotto cui si sviluppano i tre pilastri del brand:

- **Dedicated Care:** mettere le persone al centro, offrendo soluzioni che consentono di vedere meglio, vivere pienamente e costruire un futuro più luminoso, grazie a empatia e servizio dedicato.
- **Thorough Craftsmanship:** arricchire il benessere visivo di persone di ogni età e condizione attraverso ricerca, design e ingegneria di alta qualità.
- **Thoughtful Innovation:** garantire progresso e crescita per le generazioni future grazie a una visione lungimirante e a un'innovazione sostenibile.

Il programma ESG di Hoya, **One Vision**, continua a crescere proprio sotto questi pilastri: una roadmap per tradurre i valori in azioni concrete, con iniziative che uniscono tecnologia, inclusione e attenzione all'ambiente.

LEADERSHIP GLOBALE NELLA SALUTE VISIVA

Nel 2025 Hoya Vision Care ha rafforzato la propria missione nel contrastare la miopia nei giovani attraverso

prevenzione, educazione e accesso a soluzioni innovative come **MiYOSMART**, la lente che corregge la miopia e ne rallenta la progressione. Il 20 novembre 2025, in occasione della Giornata Mondiale dell'Infanzia, Hoya Vision Care ha riunito esperti internazionali, decisori politici e leader del settore in un dibattito aperto, da cui è nato “Tackling the Myopia Crisis”, il documento di consensus che definisce la miopia nei giovani un'emergenza di salute pubblica e traccia un piano d'azione globale. Secondo le stime, entro il 2050 la miopia interesserà il 52% della popolazione mondiale, con conseguenze mediche, sociali ed economiche durature. Nonostante esistano interventi efficaci e costo-benefici comprovati, i sistemi sanitari non sono preparati a rispondere alla crisi.

Il consensus propone quattro raccomandazioni chiave per governi e sistemi sanitari:

- Screening visivo pediatrico universale dall'età prescolare.
- Formazione continua degli operatori sulla gestione della miopia.
- Promozione di abitudini visive sane e programmi educativi nelle scuole.
- Integrazione con politiche più ampie per ridurre disuguaglianze e garantire copertura sanitaria universale.



Leader di organizzazioni globali, tra cui OMS e International Myopia Institute, hanno sottolineato l'urgenza di passare dal consenso all'implementazione, con approcci integrati e collaborazioni tra sanità, politiche e istruzione. Hoya Vision Care partecipa al programma SPECS 2030 dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, impegnandosi a rendere la vista un diritto universale, non un privilegio. *“Ogni bambino ha diritto a una visione chiara.*

È il momento di agire insieme per fermare la crisi della miopia infantile”, ha dichiarato **Marius de Beer**, **Chief Sustainability Officer** di **Hoya Vision Care**.

DALLA VOCE GLOBALE ALL'IMPEGNO CONCRETO SUL TERRITORIO

In Italia, Hoya ha tradotto la visione globale in azioni tangibili. Nel 2025 è stato presentato il primo protocollo clinico nazionale per la gestione della miopia, sviluppato grazie ai risultati dello studio Delphi e alla letteratura scientifica internazionale. Questo documento, condiviso con la comunità medico-oculistica, rappresenta una pietra miliare per la standardizzazione delle pratiche cliniche e la tutela della salute visiva dei più giovani. A conferma del valore delle iniziative, Hoya Italia ha ricevuto il **Forbes ESG Pharma Awards 2025**, nella categoria “Miglior Progetto per sostenere la salute delle comunità” per MiYOSMART e le campagne di sensibilizzazione sulla miopia.

Un riconoscimento che celebra non solo l'innovazione tecnologica, ma anche l'impatto sociale di un progetto che coinvolge una rete integrata di professionisti - medici oculisti, pediatri e ottici-optometristi - trasformando la tecnologia in un beneficio reale per i giovani. L'impegno per la sostenibilità si estende alla cultura aziendale inclusiva. Nel 2025, Hoya Italia è stata selezionata tra le 10 aziende finaliste, su oltre 200 candidature, agli **Employer Branding Awards** nella categoria **Inclusion & Diversity**. La premiazione ufficiale si

terrà a febbraio 2026. Il progetto, realizzato in collaborazione con il Centro Diurno Disabili Archimede, ha portato persone con disabilità gravi a vivere la quotidianità aziendale, creando eventi e attività condivise con i collaboratori. Questa iniziativa ha generato sinergia, benessere e senso di appartenenza, rafforzando i valori di **Care e Respect** e dimostrando che l'inclusione è un pilastro fondamentale dell'identità aziendale.

IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Nel 2025 Hoya Vision Care Italia ha compiuto un passo importante verso la neutralità carbonica: dopo aver compensato le emissioni di energia elettrica nel 2023, da gennaio 2025 è stata estesa la compensazione anche al gas naturale utilizzato nelle sedi, grazie a un nuovo contratto con Repower. Questa iniziativa si basa sul programma AMBita, che garantisce la compensazione del 100% delle emissioni di CO₂ associate all'intero ciclo di vita della fornitura di gas - dall'estrazione alla combustione - attraverso l'acquisto di crediti di carbonio volontari (VER) certificati. Il processo è verificato da RINA secondo lo standard internazionale PAS 2060, che attesta la neutralità carbonica. Il progetto scelto per la compensazione è Valle Dogà - Caposile (Laguna di Venezia): un ecosistema unico che cattura e stocca CO₂ in modo naturale grazie alle macroalghe e al fitoplancton. Questi organismi assorbono anidride carbonica tramite fotosintesi e la immagazzinano nei fondali, creando un sistema di stoccaggio permanente senza interventi meccanici. Risultato: una soluzione concreta e certificata che contribuisce alla lotta contro il cambiamento climatico e alla tutela di un habitat prezioso.

Focus on a better tomorrow, today.



HOYA One Vision

TECNITALIA

Il design sostenibile che dà forma al retail

Materiali responsabili, personalizzazione e valori ESG al centro delle soluzioni espositive firmate Tecnitalia.



Con la linea **Green & Custom**, **Tecnitalia** sviluppa soluzioni di vendita che coniugano **design**, **personalizzazione** e **responsabilità ambientale**, rispondendo alle nuove esigenze del retail ottico contemporaneo. Ogni elemento espositivo nasce da una scelta consapevole dei materiali, selezionati per il loro equilibrio tra **estetica**, **prestazioni** e **sostenibilità**. Il **bamboo**, utilizzato per la realizzazione delle isole e degli espositori del **Format Thema**, è una risorsa naturale a crescita rapida che garantisce rinnovabilità, assorbimento di CO₂ e lunga durata. Richiede un impiego minimo di risorse idriche e, grazie a una raccolta che avviene senza abbattere la pianta, contribuisce a prevenire il rischio di deforestazione. Accanto al bamboo, Tecnitalia impiega **plexiglass ecosostenibile** - utilizzato, ad esempio, per le **pareti Freedom** - un materiale riciclabile all'infinito che mantiene un'elevata qualità ottica, un peso dimezzato rispetto al vetro e un'ottima resistenza agli agenti atmosferici e ai raggi UV. Ogni elemento contiene inoltre almeno il 90% di PMMA riciclato. Completa la selezione il **legno** proveniente da boschi con specie arboree di oltre 50 anni, dove il diradamento è obbligatorio per favorire la crescita di alberi più sani e migliorare biodiversità e stabilità forestale. **Isole**, **banchi** e **cassettiere** in **castagno**, **rovere** e **noce** derivano da questi boschi, di proprietà dell'azienda.



Gli elementi espositivi della linea **Green & Custom** rafforzano la coerenza valoriale degli ottici che scelgono di esporre brand attenti all'impatto ambientale dei propri prodotti, come le linee **Thema**, posizionate tra le 50 aziende più sostenibili in Italia per punteggio ESG. Una sensibilità che trova riscontro anche nei consumatori: nel 2025, il 78% dei clienti premia l'attenzione ai temi ambientali, riconoscendo nell'ottico una figura allineata ai propri valori. Gli arredi **Green & Custom** contribuiscono così a rendere l'esperienza d'acquisto funzionale su più livelli sensoriali, valorizzando anche la dimensione tattile grazie a oliature e finiture naturali, e trasformando lo spazio vendita in un racconto coerente di design e sostenibilità.

ZEISS

Percorso valoriale

La strategia di sostenibilità di ZEISS valorizza il suo passato, è pienamente radicata nel presente ed è proiettata verso il futuro.



Per **ZEISS** la **sostenibilità** non è solo una parola di moda, ma un **valore fondamentale** che trova le radici in un passato ricco di successi e che detta la strada verso il futuro. La **Carl Zeiss Vision Italia Spa**, la divisione del **Gruppo ZEISS** che ha sede a Castiglione Olona, rappresenta un esempio virtuoso di come la sostenibilità possa essere integrata nella strategia aziendale, abbracciando ogni aspetto delle operazioni e della cultura aziendale. Abbiamo incontrato **Ciro De Battisti, Sustainability Manager ZEISS Vision Care**, per capire come il percorso intrapreso dall'azienda da diversi anni verso processi e buone pratiche sempre più sostenibili, sia un mix tra tradizione di responsabilità sociale e visione strategica a lungo termine.

DA QUANTO TEMPO ZEISS È IMPEGNATA SUL PERCORSO DELLA SOSTENIBILITÀ?

La sostenibilità è parte integrante della storia del Gruppo fin dalla sua nascita, avvenuta circa 180 anni fa. Carl Zeiss, il fondatore, fu un pioniere non solo nel campo dell'ottica, ma anche nella promozione di valori sociali: ad esempio, fu lui a introdurre la giornata lavorativa di otto ore nei suoi laboratori, un'innovazione per l'epoca, e a istituire la Fondazione Carl Zeiss, ancora oggi proprietaria del Gruppo. Questa eredità di responsabilità sociale è stata tramandata fino ai giorni nostri e si è evoluta in un approccio moderno basato sui principi ESG (Environment, Social, Governance). Oggi sono proprio questi i tre pilastri

guidano l'operato aziendale, garantendo che la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale nei confronti di stakeholder interni ed esterni siano elementi imprescindibili di valutazione per qualunque attività, processo o decisione.

NEL CONCRETO, IN ITALIA COME SI TRADUCE L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ IN ZEISS?

In Italia abbiamo strutturato la gestione della sostenibilità attraverso un sistema articolato e ben definito, chiamato **ESG Ecosystem**.



Questo modello si basa su un approccio multilivello:

- **ESG Board:** il gruppo responsabile della definizione della strategia generale.
- **ESG Core Team:** il team che traduce la strategia in linee di azione concrete.
- **ESG Leaders:** il responsabili dello sviluppo e dell'implementazione delle iniziative per il raggiungimento degli obiettivi.

Le iniziative e i progetti avviati, ormai da tre anni, si concentrano su iniziative concreti e che mirano a risultati tangibili.

- **Impatto ambientale:**
 - Ottimizzazione dei processi produttivi per migliorare l'efficienza energetica.
 - Riduzione dei consumi di acqua e della produzione di rifiuti.
 - Sviluppo di soluzioni innovative per gli imballaggi, utilizzando materiali riciclati e riciclabili, riducendo il peso e il numero di materiali diversi.
- **Impatti sui collaboratori:**
 - Programmi di welfare e wellbeing per la salute fisica e mentale dei dipendenti.
 - Iniziative per la conciliazione tra lavoro e vita privata.
 - Promozione della diversità e dell'inclusione, con particolare attenzione al genere, alle generazioni e alla disabilità.
- **Iniziative sociali e con le comunità locali:**
 - Collaborazioni con enti locali per migliorare la qualità della vista delle persone fragili e promuovere lo sviluppo sostenibile di beni ambientali e culturali.
 - Attività educative sul benessere visivo rivolte a studenti di ogni grado scolastico, dalle scuole elementari al post-laurea.

QUALI RISULTATI SONO STATI RAGGIUNTI?

Possiamo citare alcuni numeri concreti per dare un'idea:

- Utilizzo esclusivo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.
 - Introduzione di prodotti con materie prime di derivazione in parte non fossile (approccio "mass balance").
 - Riduzione dell'impronta di carbonio dei prodotti e delle emissioni di gas serra (GHG) della flotta aziendale.
 - Oltre 400 studenti ogni anno in laboratori STEM per il progetto A Heart for Science.
 - Distribuzione di kit educativi a più di 20.000 bambini, per sensibilizzare sul benessere visivo già alle elementari.
- Questi risultati rappresentano solo una parte degli obiettivi raggiunti, ma testimoniano l'impegno costante di ZEISS nel creare valore per la società e l'ambiente.

QUALI SONO GLI SVILUPPI FUTURI?

Naturalmente i progetti ESG si ampliano ogni giorno. Attualmente stiamo lavorando a diverse iniziative, come:

- Promozione della mobilità sostenibile casa-lavoro.
- Diversità e inclusione: generazioni e genere.
- Iniziative per la salute e l'alimentazione corretta, anche in azienda.



- Implementazione di una catena di fornitura responsabile.
- Miglioramento dei sistemi di monitoraggio e reporting per garantire trasparenza nella comunicazione dei dati.

UN'ULTIMA DOMANDA: IN CHE MODO TUTTI QUESTI SFORZI GIOVANO AI CENTRI OTTICI?

Crediamo che la capacità di innovazione, per la quale ZEISS è conosciuta in tutto il mondo, risieda anche nella capacità di migliorare il modo in cui produciamo e distribuiamo i nostri prodotti. Un esempio su tutti? I nostri partner avranno notato che le nostre lenti sono confezionate in imballaggi monomateriale, nello specifico in carta certificata FSC. L'aver eliminato totalmente la plastica, anche in azienda, ci consente di ridurre l'impatto delle nostre attività e mostrare a partner e clienti finali come un agire più virtuoso e sostenibile sia possibile a tutti i livelli. A livello di servizi, il percorso verso la digitalizzazione e la dematerializzazione va tutto a vantaggio del professionista che lavora con noi: meno carta da conservare, maggiore tracciabilità delle informazioni, che sono sempre disponibili online e quindi meno perdite di tempo a cercare fogli, ordini, appunti... con flussi di lavoro in negozio più rapidi ed efficienti. Ed è notizia di proprio queste settimane, che un altro progetto prende vita: l'utilizzo di certificati di autenticità digitali, che riducono l'uso di supporti cartacei tradizionali, contribuendo alla dematerializzazione. In conclusione, possiamo affermare che l'impegno di ZEISS per la sostenibilità non è solo un dovere morale, ma uno dei pilastri portanti della strategia aziendale che mira sempre di più a coniugare innovazione e responsabilità.

