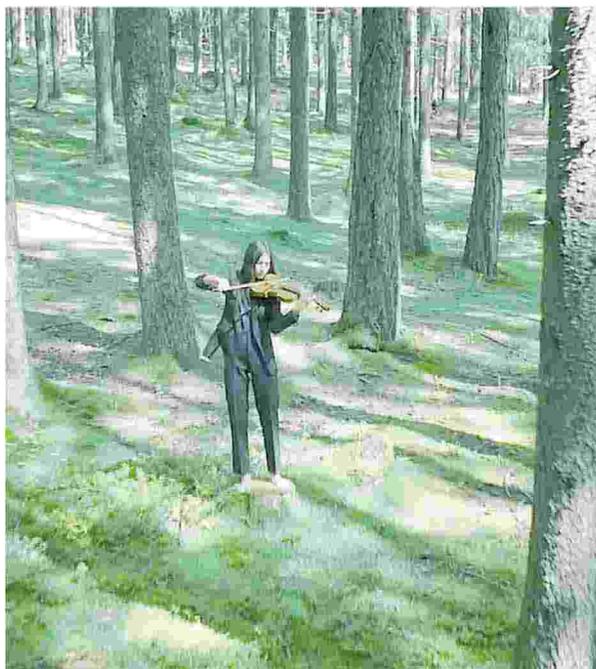


ECONOMIA CIRCOLARE

Il gruppo Saviola sbarca in tv Campagna per il legno riciclato

Il presidente: la sfida è sensibilizzare i consumatori raccontando cosa facciamo
«Alcuni Paesi europei ne incentivano l'uso come combustibile: politica miope»



Un frame dello spot con la violinista Yu Lin Humm e a destra il presidente del gruppo Alessandro Saviola

È la prima volta in quasi 60 anni di storia del gruppo e l'obiettivo è ambizioso: sensibilizzare sull'importanza del riciclo del legno. Con "Nuova vita", da oggi fino a metà novembre sulle reti Rai, Mediaset, La7, Sky e Discovery, il gruppo Saviola sbarca in tv con il suo primo spot che sarà diffuso anche sui portali digitali di informazione accompagnato da una campagna sulla carta stampata. A raccontarlo in anteprima alla Gazzetta è il presidente Alessandro Saviola.

Lo spot è diviso in due parti: la prima più narrativa con una violinista, la musicista Yu Lin Humm, che suona in una foresta a sottolineare il rapporto uomo-natura e la seconda più "tecnologica" incentrata sul pannello di legno riciclato al 100% da voi prodotto: perché proprio ora questo passo?

«È un progetto ambizioso perché ha un contenuto valoriale oltre che sull'azienda. È la prima volta che ci esponiamo in

questo modo con spot televisivi. Ma in un momento in cui il tema dell'economia circolare è così centrale per tutti, il nostro caso virtuoso che ci ha visto precursori quando nessuno ne parlava è ancora poco conosciuto. Per questo abbiamo deciso di intraprendere questa nuova sfida con una comunicazione su larga scala».

Quale il messaggio?

«La campagna è incentrata sulla sostenibilità del pannello riciclato il cui utilizzo preserva il patrimonio arboreo. È una consapevolezza che manca ancora nel consumatore quando acquista un mobile. Ecco, questa campagna è per spiegare che cos'è il pannello truciolare realizzato con legno post-consumo, per raccontare chi siamo e cosa facciamo con l'obiettivo finale di stimolare il consumatore a un acquisto consapevole. Si tratta di uno spot che parla di noi ma con una strategia comunicativa che punta a promuovere la nuova vita del legno».

Consapevolezza che riguarda anche lo smaltimento ovvero la raccolta differenziata: a che punto siamo?

«Per la differenziata migliorare si può, ma in Italia ormai abbiamo raggiunto livelli di efficienza molto elevati, c'è un po' di margine di miglioramento al sud dove comunque il sistema di raccolta è cresciuto molto. Siamo i migliori in Europa dove ci sono Paesi come ad esempio la Germania che stanno invece applicando una politica miope sponsorizzando e incentivando l'uso del legno post consumo come combustibile industriale e questo significa fare due passi indietro nell'economia circolare e nella transizione ecologica. Ciò inoltre crea a noi problemi di approvvigionamento con i prezzi di legno vergine e riciclato alle stelle. Accade anche in altri Paesi come Francia e Svizzera, non in Italia che da questo punto di vista è il paese più virtuoso».

Carenza di materie prime e costi energetici quanto stanno impattando sul vostro settore? Quali i timori?
«Per quanto riguarda le materie prime chimiche come l'urea, la tensione c'è ancora ma ora abbiamo meno problemi di approvvigionamento rispetto a qualche mese fa. Il problema più grande è il costo dell'energia e c'è il timore che arrivi anche in Italia il calo di consumi che da dopo l'estate si è iniziato a registrare in altri paesi europei. Per questo motivo aziende del nostro settore fermano gli impianti, noi al momento non abbiamo problemi ma la preoccupazione c'è perché vediamo quello che accade in Europa. Se lei mi chiedesse come vedo il 2023 qualche dubbio mi viene ed è difficile fare previsioni. Per ora la situazione italiana è mi-

«Caro energia e calo dei consumi oltralpe: la preoccupazione c'è. Il 2023 è un'incognita»

gliore di quella europea e speriamo che duri. A maggior ragione la nostra campagna, che avevamo in progetto da tempo, cade nel momento più opportuno».

Per un consumo consapevole non sarebbe utile che sui mobili che acquistiamo fosse riportata una certificazione?

«L'anno prossimo il gruppo Saviola compie 60 anni e nello spot abbiamo rispolverato il marchio Pannello Ecologico che caratterizzò una campagna stampa di 20 anni fa. Allora avevamo creato un consorzio con i mobilifici che rifornivano di etichette da applicare sui mobili che certificassero che erano fatti al 100% con pannello riciclato: l'obiettivo è di tornare a farlo».