
**Fratelli Guzzini: tradizione centenario
e innovazione sostenibile nel design italiano**

Il design rappresenta storicamente l'asset strategico più rilevante per Fratelli Guzzini, elemento che ha guidato la trasformazione sostenibile dell'ultimo decennio.

L'esperienza di Fratelli Guzzini nell'economia circolare rappresenta un caso paradigmatico di come la tradizione manifatturiera italiana possa evolversi attraverso l'innovazione sostenibile, trasformando sfide ambientali in opportunità competitive. La testimonianza di Gianni Romandini illustra un percorso decennale che ha visto l'azienda marchigiana ridefinire il proprio approccio ai materiali e ai processi produttivi, mantenendo saldi i valori del design e della qualità che ne hanno caratterizzato la storia centenaria.

Fratelli Guzzini costituisce una delle eccellenze storiche del panorama manifatturiero italiano, con una continuità produttiva che attraversa 113 anni di storia iniziata nel 1912. La caratteristica distintiva dell'azienda risiede nella specializzazione ininterrotta nella realizzazione di oggettistica per il servizio, il consumo, la preparazione e la conservazione del cibo, un focus settoriale che ha permesso di sviluppare competenze tecniche e stilistiche uniche nel comparto del casalingo di design.

L'identità aziendale si articola attorno a pillar fondamentali che costituiscono il DNA dell'organizzazione: il Made in Italy verticale attraverso una fabbrica di proprietà situata nel cuore delle Marche, la centralità del design come leva strategica fin dalla fine degli anni

'50, e la capacità di innovazione che ha caratterizzato l'evoluzione dell'azienda lungo i diversi cicli economici. I numeri attuali fotografano una realtà di medie dimensioni con 150 dipendenti e una produzione di 10 milioni di pezzi annui distribuiti in una settantina di paesi.

Il design rappresenta storicamente l'asset strategico più rilevante per Fratelli Guzzini, elemento che ha guidato la trasformazione sostenibile dell'ultimo decennio. L'azienda mantiene dal 1967 l'iscrizione all'ADI (Associazione per il Design Industriale) e vanta nel suo palmarès un Compasso d'Oro alla carriera per il presidente emerito Adolfo Guzzini, multiple vittorie del Compasso d'Oro al prodotto e riconoscimenti come gruppo industriale. Questa dimestichezza con la progettazione e l'innovazione stilistico-funzionale si è rivelata fondamentale nell'implementazione delle strategie di eco-design necessarie per la transizione sostenibile.

Il programma di sostenibilità aziendale, denominato "CIRCLE - Reuse Don't Waste", prende forma circa dieci anni fa come risposta strutturale alle sfide ambientali del settore. L'approccio metodologico adottato inquadra la sostenibilità non come vincolo operativo ma come opportunità di innovazione, seguendo un modello già sperimentato con successo in altre fasi

della storia aziendale. Questa filosofia si traduce in innovazione di processo, innovazione di materiali e conseguente innovazione di prodotto, mantenendo la coerenza con i valori estetici e qualitativi che caratterizzano il brand Guzzini.

La prima leva di sostenibilità implementata riguarda la durabilità dei prodotti, interpretata non solo in termini funzionali ma anche come durabilità affettiva. I prodotti Guzzini, pur richiedendo un investimento economico significativo da parte del consumatore, restituiscono oggetti destinati a permanere nel tempo grazie alle qualità estetiche e funzionali garantite dal design. La strategia aziendale si posiziona deliberatamente nel segmento del “prodotto uso e riuso” in contrapposizione alla logica del monouso, valorizzando la contemporaneità stilistica come elemento di resistenza all'obsolescenza.

La riciclabilità costituisce il secondo pillar del percorso sostenibile, garantita al 100% su tutti i materiali utilizzati, siano essi plastiche riciclate, vergini o bio-based. Questa caratteristica intrinseca dei materiali plastici viene valorizzata attraverso scelte progettuali che ne facilitano il trattamento a fine vita, configurando un approccio sistemico alla gestione del ciclo di vita del prodotto. La vera rivoluzione del modello Guzzini risiede nella trasformazione della materialità attraverso la sostituzione progressiva delle materie prime tradizionali con materie prime seconde derivanti da riciclo post-consumo e materiali bio-based. Questa transizione rappresenta la risposta strategica alla necessità di ridurre la dipendenza dai materiali fossili, obiettivo particolarmente sfidante per un'azienda che basa la propria produzione prevalentemente su materiali plastici.

La partnership con il Consorzio Nazionale per la Raccolta e il Recupero degli Imballaggi di Plastica (Corepla) si è rivelata fondamentale per riprogettare le catene del valore e identificare fornitori di materiali riciclati con le caratteristiche necessarie per applicazioni nel settore casalingo. Le specifiche tecniche richieste - idoneità al contatto alimentare, lavabilità in lavastoviglie, assenza di odori propri - hanno reso necessario un significativo investimento in ricerca e sviluppo attraverso collaborazioni con il mondo accademico, in particolare il Dipartimento di Chimica dell'Università di Camerino.

Nel 2019 l'azienda ha lanciato la prima collezione mondiale di oggetti per la tavola realizzati in materiale plastico riciclato post-consumo, utilizzando R-PET proveniente dalle bottiglie usa e getta dell'acqua. Questo traguardo tecnologico ha richiesto la risoluzione di complesse problematiche legate alla trasformabilità dei materiali riciclati, che non possiedono le stesse

caratteristiche chimico-fisiche dei materiali vergini. Il controllo della tecnologia produttiva attraverso lo stabilimento di proprietà si è rivelato determinante per condurre la sperimentazione necessaria e raggiungere standard qualitativi coerenti con l'identità del brand. Il risultato più significativo di questo percorso si riflette nei dati di utilizzo dei materiali: nel 2023, certificato nel bilancio di sostenibilità, il 25% della materia plastica utilizzata per la produzione deriva da materiali riciclati post-consumo o bio-based, rappresentando una riduzione equivalente nell'utilizzo di materiale fossile. L'obiettivo è il progressivo incremento di questa percentuale attraverso l'espansione dell'offerta di prodotti sostenibili. Parallelamente al riciclo meccanico, l'azienda ha sviluppato competenze nell'utilizzo di materiali bio-based derivanti da scarti di biomasse vegetali non in conflitto con le filiere alimentari. Questi materiali, ottenuti da scarti di lavorazioni forestali e agricole, permettono di raggiungere quote di contenuto rinnovabile del 60% sui materiali stirenici (SAN-SMMA) e del 90% sul polipropilene bio-based. La tracciabilità di questi materiali viene garantita attraverso certificazione ISCC (International Sustainability and Carbon Certification) che copre l'intera filiera dalla bioraffineria al consumo finale.

La collaborazione con i colossi della chimica italiana ed europea, impegnati nella riconversione delle raffinerie tradizionali in bioraffinerie, evidenzia come l'innovazione sostenibile richieda partnerships strategiche lungo catene del valore complesse. Questi grandi gruppi chimici necessitano di trasformatori “coraggiosi” disposti a investire in sostenibilità, configurando rapporti di reciprocità nell'innovazione.

L'evoluzione dell'offerta produttiva sostenibile ha seguito un percorso graduale ma costante. Dopo il debutto nel 2019 con contenitori organizer in R-PET, nel 2020 è stata lanciata la prima collezione completa tableware con 25 articoli in materiale riciclato post-consumo, seguita da una collezione storage in polipropilene post-consumo con barriera funzionale interna per garantire l'idoneità al contatto alimentare. Nel 2021 si è ampliata la gamma per l'organizzazione in cucina, nel 2022 sono stati introdotti i primi prodotti bio-based, culminando nel 2023 con una collezione completa di oltre 15 articoli in materiale bio-based.

Un caso esemplare è rappresentato dall'Eco-Packly, progettato dal designer Roberto Giacomucci e vincitore del Compasso d'Oro International. Questo contenitore multipurpose con un'innovativa struttura soffiato salvaspazio, realizzato in polietilene ad alta densità riciclato al 70% post-consumo, dimostra come l'ecode-

sign possa coniugare funzionalità, estetica e sostenibilità attraverso soluzioni che ottimizzano l'utilizzo dello spazio domestico e riducono l'impatto dei trasporti. La strategia di sostenibilità ha aperto nuove opportunità nel segmento B2B attraverso partnership con retailer sensibili alle tematiche ambientali. La collaborazione con l'insegna belga CASA e con Coop Italia per lo sviluppo di prodotti a marchio privato in materiale riciclato dimostra come la sostenibilità possa generare valore anche nei rapporti con la grande distribuzione. Particolarmente significativo è il progetto di vera circolarità realizzato con Coop Italia, utilizzando i film HDPE degli imballaggi terziari dei loro pallet per produrre contenitori successivamente venduti nei punti vendita del gruppo cooperativo.

L'impegno per la sostenibilità si estende agli aspetti energetici e di efficienza operativa attraverso l'impianto fotovoltaico che copre il 18-20% del fabbisogno energetico aziendale, l'adozione di sistemi di illuminazione LED con sensori, e programmi di risparmio idrico. Questi interventi, pur rappresentando condizioni al contorno rispetto al core business della trasformazione dei materiali, contribuiscono alla riduzione complessiva dell'impatto ambientale.

La trasformazione sostenibile ha generato una rete di partnership che testimonia l'approccio sistemico adottato dall'azienda. La collaborazione con Greenpea, primo centro commerciale green al mondo, e con Camst per lo sviluppo di posate riutilizzabili destinate alla ristorazione collettiva scolastica e aziendale, illustra come l'economia circolare richieda alleanze strategiche per generare impatto oltre i confini aziendali. Il progetto delle bottiglie in R-PET riciclato protagoniste del G20 italiano nel 2021 evidenzia come la sostenibilità possa diventare elemento di rappresentanza del Made in Italy di qualità.

Le partnership istituzionali con Corepla, l'Associazione Symbola ed Enel dimostrano l'importanza del dialogo con gli stakeholder per accelerare la transizione verso modelli circolari. Nel 2022 l'azienda ha modificato lo statuto societario diventando Società Benefit, formalizzando gli obiettivi di rispetto ambientale, sostenibilità sociale e mantenimento della produzione Made in Italy. Nel 2023 ha ottenuto la certificazione B Corp, riconoscimento che testimonia la bontà del percorso intrapreso dal 2017.

Il sistema di misurazione e rendicontazione rappresenta un pillar fondamentale della strategia, con la pubblicazione del quarto bilancio di sostenibilità nel 2024 e l'implementazione di metodologie LCA (Life Cycle Assessment) applicate alle collezioni di prodotto.

Questo approccio quantitativo consente di monitorare i progressi e identificare aree di miglioramento nella riduzione dell'impatto ambientale.

L'esperienza di Fratelli Guzzini dimostra come un'azienda storica del Made in Italy possa reinventarsi attraverso la sostenibilità senza perdere la propria identità distintiva. La combinazione di competenze progettuali consolidate, controllo della tecnologia produttiva, partnership strategiche lungo la filiera e approccio sistematico alla misurazione degli impatti configurano un modello replicabile per la trasformazione sostenibile del manifatturiero italiano. La capacità di trasformare vincoli ambientali in opportunità di innovazione conferma come la sostenibilità possa rappresentare un driver di competitività piuttosto che un costo, particolarmente quando viene interpretata attraverso le lenti del design e della qualità che caratterizzano le eccellenze industriali italiane.