



# Italia leader nell'uso circolare dei materiali

## IL CONVEGNO

**OSOPPO** «L'industria italiana del mobile, oltre che nel design, oggi è leader anche nell'economia circolare». A sostenerlo, al convegno "La nuova sensibilità dei consumatori proattiva all'uso circolare dei materiali", svoltosi al Centro Fantoni è stato Paolo Fantoni, che è anche presidente di Assopannelli. E a sostegno delle sue affermazioni ha snocciolato numeri importanti: per esempio - ha detto - «in 25 anni di attività il Consorzio Rilegno ha riciclato 34 milioni di tonnellate di legno, avviando il 95% alla creazione di pannelli truciolari, pallet block e biofiltri. Nel campo degli imballaggi, poi, il Consorzio Conai è arrivato a ridare una seconda vita al 71,5% dei rifiuti raccolti, posi-

zionando l'Italia oltre la soglia prevista dall'Ue per il 2030. In Italia, poi, il pannello truciolare è prodotto per il 97% con legno riciclato, mentre negli altri Paesi europei la quota è di gran lunga inferiore, per esempio in Francia del 50% e in Germania del 45%. Quanto alla Fantoni, i nostri pannelli truciolari - ha aggiunto - sono già prodotti al 100% con legno da riciclo, mentre grazie a un'innovativa tecnologia anche i nostri pannelli Mdf sono realizzati a tre strati con legno da riciclo al 50% e garantiscono le stesse qualità e prestazioni superficiali degli Mdf tradizionali».

«L'Italia è già una superpotenza dell'economia circolare - ha dichiarato Ermete Realacci, presidente della fondazione Symbola - e lo è da tantissimo tempo perché la spinta è la

manca di materie prime. La scommessa dell'ambiente dà così forza all'economia. Nel settore dell'arredamento, poi, siamo i terzi esportatori al mondo perché oltre al design facciamo di tutto per risparmiare materie prime ed energia. Forse gli italiani sono "criptodepressi" - ha concluso con una battuta Realacci - anche in questo caso vediamo i difetti dell'industria, ma dimentichiamo la sua forza innovativa a favore della sostenibilità».

Il presidente di Federlegno Claudio Feltrin ha sottolineato come le giovani generazioni, cioè i consumatori di domani, cerchino già nei prodotti le caratteristiche di sostenibilità: «In un futuro ormai prossimo - ha sentenziato - chi non sarà sostenibile sarà fuori mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



074078