

SPECIALE GALVANICA

DALLE ZAMPE DI RANA
IL METALLO DIVENTA UNA
RISORSA PER LA MODA

IN AZIENDA

VERSO L'IMPATTO ZERO.
NUOVA ENERGIA PULITA
E SVILUPPO PRODUTTIVO

HARVARD

A FIRENZE IL CENTRO PIÙ
IMPORTANTE AL MONDO DI
STUDI SUL RINASCIMENTO

madein®

informazione e cultura tecnica nella moda a cura di 20

Competizione e collaborazione.

Nella decrescita le chiavi per crescere.
Ambiente, economia e società le tre nuove
direzioni dello sviluppo sostenibile.





Scandicci, dicembre 2013

"madein" è una pubblicazione di proprietà esclusiva di 2C di Coveri Srl destinata esclusivamente all'informazione aziendale sia ad uso interno sia presso il pubblico. Ai sensi del comma 2° legge 62/2001 sono esclusi gli adempimenti di cui alla legge 47/1948.

GRAFICA, LAYOUT E PRODUZIONE
esociety marketing

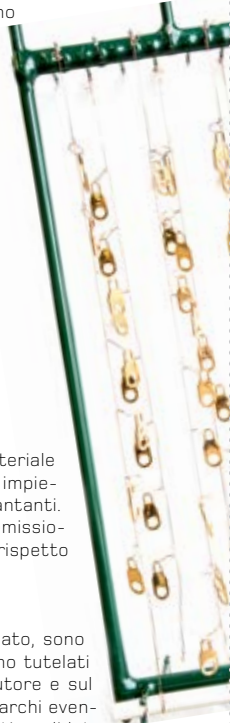
TESTI
esociety marketing

FOTOGRAFIE
Yakir Yahish

STAMPA
Grafiche Leonardo

STAMPATO SU
Carta ottenuta impiegando materiale riciclato. Disinchiostata senza impiego di sbiancanti e priva di brillantanti. Certificata per il controllo delle emissioni durante la produzione e per il rispetto dell'ambiente.

© COPYRIGHT 2013
Tutti i contenuti, salvo dove indicato, sono di proprietà di 2C Coveri Srl e sono tutelati ai sensi delle leggi sul diritto d'autore e sul diritto di proprietà industriale. I marchi eventualmente citati a scopo informativo, didattico o didascalico appartengono ai rispettivi titolari. I dati personali sono trattati nel rispetto del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196.



EDITORIALE **3**
L'economia della crescita non basta, le imprese possono finalmente scrivere un nuovo capitolo della storia.

SPECIALE SVILUPPO SOSTENIBILE **4**
Il settore moda ha l'occasione di svoltare e tornare a crescere grazie ai paradigmi dello sviluppo sostenibile.

L'AZIENDA **5**
Nuovi importanti passi verso l'impatto zero. Energia pulita, certificazione ambientale e nuovi spazi per diversificare e crescere.

GENIUS LOCI: HARVARD A FIRENZE **6**
A Firenze il Centro di Storia del Rinascimento italiano di Villa I Tatti, voluto e gestito dall'Università di Harvard.

PERSONE AL LAVORO **7**
Focus sul reparto Galvanica. Dalle zampe di rane e dall'elettricità una miniera di soluzioni creative per gli stilisti e le imprese moda.

«Chi si ferma è perduto»

Le rivoluzioni industriali hanno cambiato il modo di pensare e agire. È arrivato il momento di aggiungere nuove pagine alla storia economica e sociale del Paese



Per chi fa il mio mestiere la fabbrica è una seconda casa. D'inverno il lavoro inizia col buio e finisce col buio. Senza la passione e l'idea di contribuire allo sviluppo di se stessi e del proprio sistema a volte sarebbe dura. Riflettevo come nella storia dell'uomo la comparsa della fabbrica abbia veramente rivoluzionato il mondo. Le cose erano cambiate già con l'arrivo dei mercanti e con l'uscita dai mercati tradizio-

nali dei borghi, ma la fabbrica ha inciso più di tutto nell'economia e nella società moderna. Con la divisione del lavoro e la ricerca accanita di occupazione alcuni hanno scoperto la propria vocazione. Con la fabbrica è cambiata la mentalità: il nuovo imprenditore, a differenza del "mercante", chiede libertà di commercio e libertà di iniziativa. Nasce l'economia della crescita, dove tutte le dimensioni in gioco si possono e si devono sviluppare. Cresce la produzione, cresce il numero dei lavoratori, crescono i costi e cresce la produttività. Insomma, prende vita un sistema in continua espansione, in progresso permanente. «Chi si ferma è perduto» sintetizza bene l'idea di un immobilismo impossibile quanto inadeguato. Poi nella storia sono arrivate le macchine e tutto è diventato più complesso ma anche più creativo e più efficace. Gli imprenditori hanno dovuto affiancare alle tradizionali competenze anche la conoscen-

za, l'informazione, la relazione e la "professionalità". È curioso come negli ultimi anni la nostra "piccola fabbrica" abbia ripercorso questa storia, dalla prima rivoluzione industriale fino all'età contemporanea. Abbiamo lavorato sodo all'insegna del «chi si ferma è perduto», siamo cresciuti, è cresciuta l'azienda e sono maturate le persone che ci lavorano, compreso il sottoscritto. La conoscenza è diventata più importante della forza e si sono affermate la relazione e la professionalità. Ma sento che ora possiamo fare di più. Dobbiamo tutti insieme contribuire a scrivere un nuovo capitolo della storia economica e sociale del Paese. Un capitolo che verrà ricordato dalle future generazioni per le parole consapevolezza, responsabilità e sostenibilità. Il capitolo dei nuovi valori.

MASSIMO COVERI

Durante la rivoluzione industriale l'economia passò dall'espansione allo sviluppo. Ci fu quello che molti chiamano "take off" o "decollo economico", una rottura col passato. Si parla di espansione quando c'è aumento di produzione senza aumento di produttività. Si parla di sviluppo, invece, quando aumenta la produzione con l'aumento della produttività. Ma i tempi sono maturi per una nuova rivoluzione, quella dei valori.



Reparto Galvanica



Nuova auto elettrica aziendale

«Le persone che progrediscono nella vita sono coloro che si danno da fare per trovare le circostanze che vogliono e, se non le trovano, le creano.» (George Bernard Shaw)

Cambia il significato della competizione e della collaborazione.

La crescita ha senso solo se migliora la sostenibilità nel suo insieme: ambiente, economia e società, i tre paradigmi della crescita sostenibile nella moda.

È possibile trovare le chiavi della crescita nella decrescita. Decrescere e per alcuni fermarsi, infatti, è servito a far tornare alla ribalta temi annosi come quello del “modello di sviluppo” di cui si parla da almeno quarant’anni. Il concetto è semplice: la crescita economica, ovvero l’aumento del reddito e quello del prodotto pro-capite, da sola non è sostenibile a lungo a meno che non cresca in modo duraturo anche la qualità della vita. Nella teoria economica standard i due concetti sono correlati: grazie alla crescita economica le persone possono stare meglio. Ma nella pratica non è tutto così semplice. Oppure, tutto è estremamente semplice, ma non siamo riusciti ancora a interpretarlo appieno.

Borse, governi ed economisti mondiali, ad esempio, si sono concentrati molto sul Prodotto Interno Lordo (il PIL, il valore totale dei beni e servizi prodotti in un Paese nell’anno e destinati al consumo, agli investimenti e alle esportazioni nette). Il calcolo del PIL negli anni è migliorato, ma continua ad

attirare pesanti critiche circa la capacità di esprimere il benessere di una collettività.

Uno spunto interessante arriva dalla posizione assunta alla fine degli anni ottanta dalla World Commission on Environment and Development: “l’umanità ha la possibilità di rendere sostenibile lo sviluppo, cioè di far sì che esso soddisfi i bisogni dell’attuale generazione senza compromettere la capacità delle generazioni future di rispondere ai loro”. Dal concetto di equità intergenerazionale emergono le tre dimensioni fondamentali e inscindibili dello sviluppo: ambientale, economico e sociale.

Ecco finalmente i tre poli catalizzatori della crescita ai quali le imprese del settore moda (e non solo) si possono/devono orientare: la sostenibilità ambientale, quella economica e quella sociale. In queste tre direttrici e nella loro combinazione è facile individuare la mappa della crescita e del successo per l’impresa e per il suo sistema di riferimento.

ATTENZIONE ALL’AMBIENTE.

Il sistema moda deve preservare le tre funzioni dell’ambiente: quella di fornitore di risorse, di ricettore di rifiuti e di fonte diretta di utilità. Qui tutti devono cooperare, interagire proattivamente senza barriere e senza la miopia, spesso indotta dalla competizione.

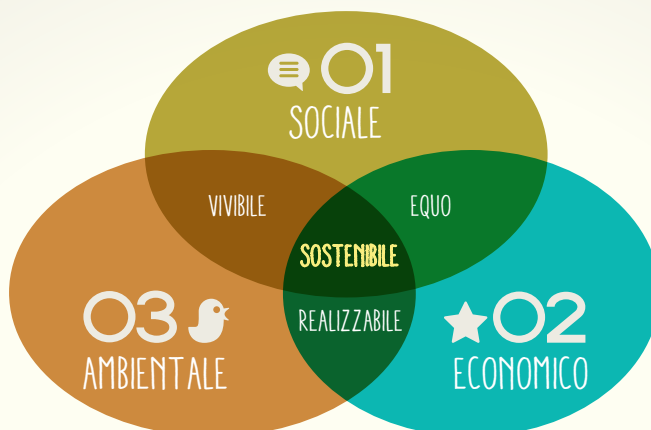
ATTENZIONE ALLE RISORSE ECONOMICHE.

Le imprese devono mirare a far crescere i propri indicatori di business, producendo e mantenendo benefici per i propri portatori di interesse. Devono saper fare impresa, in modo preparato, senza compromessi o strappi alle regole. Devono saper differenziare e crescere. Devono imparare a sviluppare i prodotti e i mercati.

ATTENZIONE ALLE PERSONE.

La moda nasce da una necessità umana e diventa un fenomeno sociale. Per questo non può mai prescindere dall’aver le persone al centro. Le imprese della moda devono produrre benessere, sicurezza, salute e istruzione equamente distribuite. Devono imparare a collaborare e ad agire prontamente e insieme agli altri attori della società.

Per concludere, è evidente come i fattori strategici della crescita come l’ampliamento delle linee di prodotto, l’ingresso in nuovi mercati, la differenziazione e l’innovazione abbiano senso solo se sono compatibili e migliorano la sostenibilità nel suo insieme.



ATTUAZIONE DELLO SCHEMA
DI SOSTENIBILITÀ

La risposta dell'azienda

Il piacere di lavorare pulito.

Aria nuova nella nostra azienda, anzi energia nuova visto che produzione, magazzino e uffici saranno alimentati dall'energia elettrica del parco eolico Repower di Corleto Perticara in Basilicata. La nostra azienda produrrà a ridotto contenuto di CO₂ e senza danni per l'ambiente. L'azienda gioca una nuova carta nella direzione della riduzione dell'impatto ambientale e all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili. In questa logica, abbiamo scelto di convertire anche i numerosi forni a combustione in forni elettrici, a basso impatto ambientale e sulla salute. In Italia Repower opera, da oltre 100 anni, su tutta la filiera elettrica, dalla produzione al trading sino alla vendita e si colloca tra i principali player del mercato nella vendita di energia elettrica e gas naturale per le aziende.

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE.

Non basta sentirsi "green" o affermare di esserlo. Per cogliere appieno le opportunità derivanti dal rispetto ambientale occorre implementare un buon sistema di gestione. Per questo abbiamo avviato il percorso di adozione del sistema di gestione ambientale certificato secondo la norma ISO 14001 ed incentrato sull'impegno al miglioramento continuo delle prestazioni ambientali. Operiamo con impianti tecnologicamente rinnovati e sostenibili dal punto di vista ecologico. Un ulteriore passo avanti dell'azienda per tradurre la visione di un futuro sostenibile in obiettivi concreti.

ANCHE LA MOBILITÀ DIVENTA ELETTRICA.

Anche per gli spostamenti nel distretto del lusso dell'area fiorentina abbiamo scelto la mobilità a impatto zero. Un veicolo professionale, elettrico al 100% per andare rapidamente dove gli altri mezzi non possono circolare. Grazie alla colonnina di alimentazione disegnata in esclusiva per Repower, la nuova Peugeot iOn sfreccia in modo silenzioso ed ecologico. Un gioiello con molte "chicche" tecnologiche tra cui il sistema di recupero dell'energia in frenata.



PEUGEOT ION ELETTRICA



IL MARCHIO TÜV SÜD CERTIFICA L'ENERGIA VERDE SCELTA DA 2C

UN VERDE CERTIFICATO.

La nostra azienda ha scelto energia verde di qualità. Ci siamo premuniti di conoscere l'impianto rinnovabile da cui riceviamo l'energia elettrica e la fonte utilizzata per produrla tra vento, acqua e sole. L'origine verde dell'energia fornita da Repower e la sua rintracciabilità sono certificate da un marchio accreditato e riconosciuto a livello internazionale: TÜV SÜD. TÜV Italia è un ente indipendente di certificazione e ispezione, parte dello storico gruppo internazionale TÜV SÜD fondato in Germania nel 1866 e presente in 60 paesi nel mondo.

NUOVO CAPANNONE.

Per stare al passo coi tempi e per dare seguito alla strategia di sviluppo, è stata inaugurata ufficialmente la nuova ala sud dell'azienda. Uno spazio di 1500 metri quadrati entrato a far parte dello stabilimento nel primo semestre, integrato facilmente grazie alla prossimità fisica col magazzino e allestito secondo la nuova filosofia aziendale: migliori spazi di lavoro, ottimizzazione della produzione, sostenibilità, impatto zero ed estrema aerodinamicità rispetto ai bisogni del mercato. Questi nuovi spazi sono una pietra miliare della riorganizzazione, un punto di svolta nella crescita e nello sviluppo della nostra impresa.



INAUGURAZIONE DEL CAPANNONE SUD



CONFINDUSTRIA

INGRESSO NEL SISTEMA CONFINDUSTRIA.

In un momento dove è importante fare quadrato abbiamo voluto dimostrare impegno entrando a far parte del sistema di rappresentanza degli imprenditori più grande e rappresentativo in Italia: il Sistema Confindustria. Vogliamo condividere opportunità, conoscenza ed ottenere assistenza per la crescita e lo sviluppo. Siamo certi, ora più che mai, sia importante partecipare a rappresentare il sistema industriale, per confrontarsi in modo propositivo sui nuovi scenari, per essere protagonisti di una nuova cultura dell'impresa e per promuovere e valorizzare il sistema produttivo fiorentino.



Abbiamo intrapreso il cammino della crescita e dello sviluppo con un progetto di riorganizzazione e di ottimizzazione della produzione. Entro il primo trimestre 2014 la sede completerà la ristrutturazione con nuovi spazi e l'avvio di nuove produzioni. Investiamo per essere ancora più vicini ai clienti e sempre più competitivi.

Dalla collina fiorentina Harvard studia il rinascimento italiano.

Presso Villa I Tatti la celebre Università di Harvard gestisce il più importante centro di storia del rinascimento italiano al mondo.

Quello che è avvenuto a Firenze tra il XIV secolo e il XVI secolo non ha pari nella storia dell'umanità. L'uomo ha cambiato per sempre il modo di concepire se stesso e il mondo. È stata un'età di cambiamento, il punto d'inizio del mondo moderno. Un'epoca preziosa per capire come siamo arrivati al presente e forse per individuare le chiavi per un (migliore) futuro. La ricerca scientifica sull'arte rinascimentale italiana, sulla storia, sulla letteratura e sulla musica di quel periodo è fondamentale e a Firenze è attivo il centro di ricerca più importante al mondo. Si tratta del Centro di Storia del Rinascimento italiano di Villa I Tatti, voluto e gestito dall'Università di Harvard.

Il legame tra la villa e Harvard è molto stretto e passa per un giovane e intraprendente universitario di fine ottocento, diventato presto uno dei più famosi critici e storici dell'arte. Se oggi l'Italia è riconosciuta da tutti come culla dell'arte, deve moltissimo allo studente di Harvard Bernard Berenson. La sua è una storia appassionante. L'amore per l'arte e per il territorio fiorentino lo porterà ad acquistare quella che diventerà poi sede della sua preziosa collezione di opere, fotografie e libri.

Bernard Berenson fu molto intraprendente. Da (quasi insolente) concorrente delle guide museali ufficiali diventò ben presto esperto di perizie di arte antica e fine intenditore d'arte. Fu molto riconosciuto con Harvard, tanto da lasciare alla sua prestigiosa università la maggior parte del patrimonio: oltre alla villa, una biblioteca con 50.000 volumi, un

archivio fotografico specializzato nella pittura rinascimentale italiana, una ricca collezione d'arte, un archivio della sua corrispondenza e dei suoi documenti e poi ancora terreni, giardini e altri edifici minori.

A Berenson fu subito chiaro come Villa I Tatti potesse diventare un ambiente ideale dove promuovere la ricerca scientifica e creativa. Harvard ha fatto molto per realizzare la visione di Berenson: ha dato struttura al suo sogno, ha sostenuto con lungimiranza le esigenze della comunità accademica e ha amministrato con parsimonia l'immenso patrimonio. E molto hanno fatto i sette amministratori che in cinque decenni si sono succeduti: da Kenneth Murdock al più recente Lino Pertile. Un lavoro importante ma complesso quello della direzione di Villa I Tatti. Soprattutto al giorno d'oggi, dove il rapporto tra cultura, valore economico, valore intellettuale e valore umano è sempre più stretto ma complesso.

In mezzo secolo si è passati da sostenere sei ricercatori a circa trenta. Un'impegnativa gestione di professori e borsisti in visita e la permanenza dei numerosi studenti universitari ormai provenienti da tutto il mondo. Ma il programma di borse è solo un aspetto dell'Harvard Center che realizza anche pubblicazioni, conferenze, concerti e molti incontri. Insomma, per dirla coi numeri, al direttore Lino Pertile compete la gestione di un bilancio d'esercizio oltre sette volte più grande di quello dei primi anni. La Villa ha dato molto all'umanità e merita – soprattutto oggi – grande considerazione e sostegno da parte della comunità.



Lino Pertile [direttore The Harvard University Center for Italian Renaissance Studies]

“ Il sogno di Bernard Berenson era di creare un'oasi di pace, tranquillità e bellezza, in cui un gruppo di giovani donne e uomini agli inizi della loro carriera scientifica potesse dedicarsi liberamente agli studi umanistici. Berenson era convinto che tali studi hanno il potere di "umanizzare l'umanità". È una convinzione che anche noi, oggi più che mai, condividiamo, e per questo vogliamo assicurarci che il messaggio di Villa I Tatti venga recepito non solo in Italia ma ovunque nel mondo.

”



VILLA I TATTI, FIRENZE

Dentro l'azienda: le storie e i personaggi

La rubrica dedicata alle nostre persone: in questa uscita il reparto Galvanica



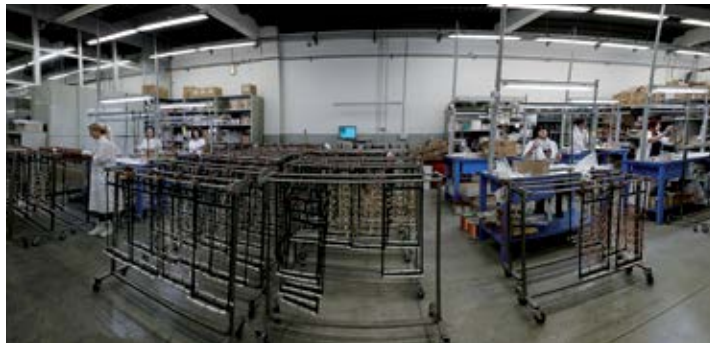
Chi avrebbe mai detto che lo stile e la moda devono molto alle rane? Si tratta di un merito - l'ennesimo - tutto italiano, di fine settecento, attribuito a Luigi Galvani e alla sua scoperta dell'elettricità animale: due metalli messi a contatto in una soluzione salina e opportunamente collegati alla zampa di una rana ne provocano la contrazione. Cosa c'entra con la moda? Facile: lo sviluppo negli anni di questo semplice risultato ha permesso di depositare metalli più o meno pregiati sopra dei substrati opportunamente preparati. È un processo elettrochimico, det-

to appunto Galvanica, alla base di un settore importantissimo per tutta l'industria. È un modo ingegnoso di conferire le proprietà specifiche di un metallo ad una base, attraverso uno spessore elettrodeposto sottilissimo. Si decora, si arricchisce e si protegge dalla corrosione. La moda splende grazie alla Galvanica! Ed è incredibile come la tecnica sia migliorata a tal punto da abbattere e depurare ogni tipo di scoria necessaria fino a farla diventare una lavorazione assolutamente eco-sostenibile. Il nostro reparto Galvanica è uno dei più

avanzati e innovativi. Se da un lato la galvanica permette di abbassare di molto i costi rispetto ad altri approcci, noi abbiamo deciso di investire moltissimo nel personale e nella tecnologia pulita. Per questo riusciamo a fornire agli stilisti e alle aziende soluzioni creative, affidabili e sostenibili. Un team affiatato, scrupoloso e responsabile per aggiungere valore ad ogni altra produzione 2C. La galvanica è un reparto indispensabile, tutto interno all'azienda, un'eccellenza della sostenibilità ambientale dove l'elettrochimica rincorre la fantasia.



IL RESPONSABILE AL LAVORO

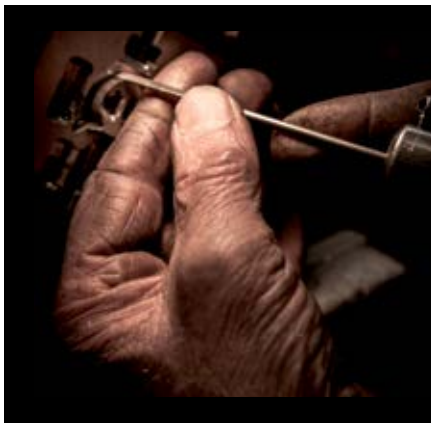


REPARTO LEGATORIA



REPARTO GALVANICA

NEL PROSSIMO NUMERO



LA NUOVA INTELLIGENZA DELLE MANI

Arte, artigianato, cultura ed estetica stanno vivendo una seconda giovinezza. Le nuove generazioni stanno riscoprendo l'intelligenza delle mani e alcuni movimenti culturali contemporanei, come quello dei Maker, propongono nuovi scenari per la moda.

FOCUS: REPARTO TORNERIA

La tornitura permette di valorizzare molti particolari degli accessori moda, ottenendo rapidità e precisione. Nel prossimo numero faremo un giro in un reparto altamente tecnologico con macchine per tornitura di ultima generazione e personale qualificato.



2C di Coveri Srl accessori per pelletteria calzature e confezioni
SEDE LEGALE: via Poliziano 5 Firenze p.iva 01357460482
SEDE OPERATIVA: via San Colombano (loc. Granatieri) 187/a Scandicci
tel +39 055 7311219 - 720546 fax +39 055 7310156
www.coveriweb.com