



12 settembre 2017

Press Releases

## La sostenibilità spinge il retail

La Camera Nazionale della Moda Italiana continua il suo percorso iniziato nel 2012 con il "Manifesto per la Sostenibilità" e presenta oggi i "Principi CNMI per la sostenibilità del retail" ossia un corposo documento, in cui si offrono indicazioni sulle scelte e le metodologie progettuali di spazi di vendita che possano offrire le migliori qualità bioclimatiche e performance architettoniche.

E' ormai dimostrato come caratteristiche bioclimatiche dei retail siano in grado di incrementare il vissuto di benessere di chi lavora e di chi frequenta il retail ottenendo un sensibile incremento del tempo di permanenza nel retail, con un possibile aumento relativo della performance di vendita fino al 30%.

In aggiunta, attraverso l'uso razionalizzato di nuove metodologie di progetto e realizzazione dei retail (BIM – Building Information Modeling e LCA – Life Cycle Assessment), è possibile abbattere i costi di costruzione, a seconda delle scelte adottate, fino al 30%, i tempi di realizzazione fino al 20% e i costi di gestione successiva fino anche al 30%.

In sostanza, adottando la progettazione sostenibile bioclimatica per i retail senza modificarne il concept originario, è possibile ridurre i costi ottenendo inoltre benefici in termini di brand awareness e performance di vendita. Tutto questo applicando un approccio scientifico e molto rigoroso alla progettazione dei retail, supportato da conoscenze bioclimatiche e strumenti di controllo di ultima generazione.

Un aspetto molto rilevante della applicazione dei "Principi CNMI di sostenibilità del retail" è che sono applicabili a tutti i tipi di concept e di retail anche gradualmente: non è infatti necessario, per ottenere i primi benefici, applicare tutte le soluzioni in un solo momento, ma è possibile anche distribuirle nel tempo, seguendo le proprie strategie aziendali e i relativi stanziamenti di budget.

Redatto dal Centro Studi per la Sostenibilità Applicata Goldman & Partners con l'avallo dell'Istituto Nazionale di Bioarchitettura ed il patrocinio di Associazione Tessile e Salute, il documento, che riassume in maniera semplice e immediatamente applicabile tutte le pratiche che possono portare ai

suddetti risultati, è frutto dell'attività di un Gruppo di Lavoro Tecnico formato dai brand Ermenegildo Zegna, Giorgio Armani, Gucci, Prada, Salvatore Ferragamo, Versace, e del Tavolo di Lavoro per la Sostenibilità che vede la partecipazione, oltre ai brand menzionati, anche di altri rappresentanti di alcune delle maggiori aziende italiane operanti nel settore, ovvero Bottega Veneta, Fendi, Loro Piana, Moncler, OTB, Tod's e Valentino.

I "Principi CNMI per la sostenibilità del retail" mettono in luce come sia possibile, in fase di progettazione, individuare soluzioni sempre più rispettose dell'ambiente, della salute delle persone e attente ai consumi energetici, trovando caratteristiche migliorative nei materiali e nelle finiture, nel rispetto dei singoli store concept studiati da ciascun marchio.

Il fine ultimo è quello di stimolare lo sviluppo di un'architettura degli spazi retail più innovativa e sostenibile, attenta sia al benessere indoor che alla sostenibilità in tutti i suoi aspetti, ambientale ma anche antropica, energetica, economica e gestionale, per citare solo alcuni degli aspetti presi in considerazione dal documento elaborato.

"La sostenibilità è uno dei principali Pillars della strategia di Camera Nazionale della Moda Italiana – commenta **Carlo Capasa**, Presidente di Camera Nazionale della Moda Italiana – il nostro ultimo traguardo, "Principi CNMI per la sostenibilità del retail", offre indicazioni sulle scelte progettuali di spazi di vendita che possano portare migliori qualità bioclimatiche e performance architettoniche. E mette in luce come sia possibile individuare soluzioni sempre più rispettose dell'ambiente e attente ai consumi energetici, trovando caratteristiche migliorative, nel rispetto dei singoli store concept studiati da ciascun marchio.

Il fine ultimo è quello di stimolare lo sviluppo di un'architettura degli spazi retail più innovativa e sostenibile. È questo un altro piccolo passo nel lungo percorso per una moda sempre più sostenibile e per rendere la sostenibilità uno dei valore chiavi della filiera italiana".

"La sostenibilità di uno spazio retail passa attraverso l'equilibrio di molte azioni virtuose nella ristrutturazione e nell'arredo dei locali che non necessariamente generano dei costi supplementari", sottolinea **Isabella Goldman**, Managing Partner di Goldman & Partners, "inoltre, i benefici di una progettazione più responsabile sono individuabili e misurabili subito attraverso un evidente maggiore benessere fisico di tutte le persone che frequentano lo spazio ed una loro permanenza nel negozio molto più serena e proattiva, oltre a significativi vantaggi nel bilancio economico generale, con costi di gestione ordinaria significativamente più bassi".

**La definizione dei "Principi CNMI per la sostenibilità del retail" rappresenta un ulteriore sviluppo nel programma attivato da Camera Nazionale della Moda Italiana nel 2012 con la pubblicazione del "Manifesto per la Sostenibilità", contenente in 10 punti il percorso per una moda responsabile e sostenibile, ma sentiamo da Isabella Goldman, Managing Partner di Goldman & Partners, da dove nasce questa iniziativa sul retail sostenibile?**

*Nasce dalla evidenza, prodotta da anni di ricerca condotta dal nostro Centro Studi, e dal conforto di moltissime ricerche scientifiche, alcune anche specifiche sui retail, che lo spazio chiuso in cui ci muoviamo è di qualità almeno tre volte peggiore dello spazio aperto. Sta a significare che quando siamo in uno spazio confinato, case, uffici, negozi, noi siamo attaccati dal triplo delle sollecitazioni chimiche e fisiche che troviamo all'esterno. E questo è causato da una serie molto ampia di errori di progettazione e di realizzazione con cui sono eseguiti gli spazi, retail compresi. Goldman & Partners è una società di progettazione bioclimatica votata alla eliminazione di questi errori, e lavora per questo su molte realtà aziendali, tanto da essere una delle pochissime realtà italiane ad aver ottenuto il riconoscimento di B Corp (Benefit Corporation), una certificazione internazionale che viene concessa alle aziende che si distinguono per i significativi benefici che l'attività porta a livello sociale e ambientale. E' proprio dalla ricerca dei benefici che possono essere introdotti negli spazi commerciali che è partita questa specifica iniziativa sui retail.*

**Quali sono i vantaggi attesi dall'applicazione dei principi CNMI per la sostenibilità nel retail?**

*I Principi CNMI di Sostenibilità per il Retail, se applicati, consentono l'abbattimento degli agenti chimici e fisici presenti nel negozio. Si basano su un punto di partenza molto semplice: il corpo*

umano è un perfetto sismografo e registra ogni sollecitazione chimica o fisica a cui è sottoposto. A queste azioni oppone sempre una reazione, che è di natura comportamentale, riferita al livello di benessere che percepisce. Il livello di benessere percepito nel negozio è ciò che condiziona il tempo di permanenza nel negozio, il livello di concentrazione e la propensione all'acquisto, ma anche la disponibilità alla vendita delle persone impiegate per molte ore nel negozio. E' dimostrato che c'è una strettissima relazione tra tutti questi fattori. Oltre a questo vantaggio, di natura commerciale, vi sono amplissimi vantaggi di natura economica e gestionale, oltre che di impatto ambientale significativamente ridotto, cose che vanno positivamente ad incidere nei Report di Sostenibilità redatti annualmente da molte maison.

#### **Come sono stati elaborati i principi CNMI per la sostenibilità nel retail?**

Sono stati redatti Centro Studi per la Sostenibilità Applicata di Goldman & Partners e costantemente presentati e discussi nel loro sviluppo con il Tavolo per la Sostenibilità del Retail di CNMI, in un percorso durato due anni e mezzo. Goldman & Partners è uno studio di progettazione che al proprio interno si avvale costantemente del centro di ricerca scientifica per le attività sui propri clienti, e che raccoglie e applica quotidianamente tutte le migliori pratiche tecniche in termini di abbattimento dell'impatto ambientale e contemporaneamente di controllo dei costi e di incremento del benessere antropico. Tutto questo oggi è possibile ottenerlo con l'applicazione incrociata di nuove metodologie progettuali e di controllo di cantiere, come il BIM (Building Information Modeling), il LCA (Life Cycle Assessment) e il LCCA (Life Cycle Costing Analysis). Sono metodologie di scelta di materiali, di progetto e di calcolo dei costi e del cantiere, che oggi tutti gli store planners possono usare a beneficio dei propri committenti. Questi Principi sono una guida nell'utilizzo di tutti questi passaggi e strumenti.

#### **La sostenibilità non può prescindere da considerazioni economiche: progettare in chiave bioclimatica comporta necessariamente un incremento dei costi?**

Questa domanda fa riferimento ad un tema molto importante: il fatto che la sostenibilità aumenti i costi è un luogo comune molto grave ma anche molto antico ormai, figlio della iniziale resistenza della maggioranza dei progettisti ad adeguarsi a nuove metodologie di progetto, e soprattutto a sottoporsi ad un controllo oggettivo del proprio operato, in termini di qualità, di tempi e di costi. In realtà la sostenibilità produce l'esatto contrario. I Principi dettano quasi un percorso a tappe e si possono personalizzare per una introduzione anche graduale, volendo, della sostenibilità in azienda e nei retail. Ma il vantaggio maggiore e più evidente è proprio economico: progettando in maniera più precisa si fanno scelte più informate e adeguate al luogo in cui si sta intervenendo, all'edificio in cui ci si trova, alle sue caratteristiche tecniche. Questo comporta una ottimizzazione in termini di scelte di progetto nel calare i Concept nelle varie diverse realtà, di scelta di materiali corretti e di impianti, di calcolo delle tempistiche corrette e dei quantitativi corretti. Tutto si mette a sistema e gira in un meccanismo molto più oliato e controllabile con, inoltre, un consistente abbattimento degli imprevisti. E questo, sempre, porta solo vantaggi economici.

#### **Quali potrebbero essere i possibili sviluppi di questa iniziativa?**

Gli sviluppi di questa iniziativa sono nelle mani degli associati CNMI. L'attività del Tavolo CNMI per la Sostenibilità del Retail, che ha condiviso tutti i passaggi della stesura con suggerimenti e indicazioni utilissime, fa ben sperare nella futura adozione da parte delle maison di queste buone pratiche nella propria pratica quotidiana. Un altro importante sviluppo è sicuramente nella diffusione virale internazionale di questi principi che oltretutto sono universali e applicabili in ogni angolo del pianeta. In questo trovo che l'iniziativa di CNMI di aderire, per prima nel mondo, alla stesura di una "Magna Charta" per la corretta realizzazione dei retail sia stata molto lungimirante, ed espressione concreta del fatto che la Sostenibilità, non solo a livello storico e scientifico, fonda le sue radici, anche per il settore moda, nella penisola italiana.

Fonte: <http://www.a-realestate.it> (<http://www.a-realestate.it>)

ITALY2INVEST nasce come iniziativa di Nomisma

(<https://italy2invest.it>)



(<http://italy2invest.it/nomisma/>)

in partnership con



(<http://www.naiglobal.com/members/nai-italy-milan>)

con il supporto di



(<http://euroansa.it>)

Data Provider



Data Analytics



Nomisma S.p.a.

Strada Maggiore, 44 - 40125 Bologna | Tel. 051.6483345 (051.6483345) | [info@italy2invest.it](mailto:info@italy2invest.it) (<mailto:info@italy2invest.it>)

P. IVA 02243430374

Privacy policy (<https://italy2invest.it/privacy-policy/>)

Powered by AltroSito® (<http://www.altrosito.it/>)