

LA STORIA

Dalla crisi alla nuova azienda che punta alla sostenibilità

Il caso della riminese Happiness. Fallisce a febbraio 2020, ma 6 ex dipendenti hanno preso in mano le sorti dell'azienda impegnandosi, anche economicamente, nel salvataggio

La presidente Elisa Maroncelli. Insieme a lei nell'impresa ci sono Marcello Balzani, Chiara Rossi, Antonio D'Ortona, Giacomo Saccani e Leonardo Laricchia

RIMINI GIAMPIERO VALENZA

La storia è una di quelle che, in tempi bui (tra Covid, guerre e crisi energetiche) può dimostrare che una luce in fondo al tunnel, c'è. La società fallisce a febbraio 2020, ma in due anni i lavoratori la riprendono in mano puntando al futuro e alla sostenibilità. Succede a Rimini, con la rinascita del brand Happiness (non a caso, felicità). Il tutto grazie a sei ex dipendenti che, con coraggio e determinazione, hanno preso in mano le sorti dell'azienda dando vita al primo workers buyout riminese, impegnandosi, anche economicamente, nel salvataggio della loro impresa. I lavoratori sono diventati imprenditori, si sono associati in una cooperativa di lavoro e il 23 settembre scorso hanno rilevato l'azienda per 580.000 euro. Oggi Happiness è quindi una delle 350 imprese italiane recuperate, la prima di Rimini. A guidarla Elisa Maroncelli, oggi alla presidenza. Insieme a lei Marcello Balzani, Chiara Rossi, Antonio D'Ortona, Giacomo Saccani e Leonardo Laricchia. Oltre alla sede centrale di produzione riminese, al centro ci sono anche i 5 negozi di Rimini, Riccione, Milano Marittima, Santarcangelo e Forte dei Marmi. Le persone sono quindi al centro di questa operazione che non solo ha segnato il primo esempio riminese di imprese salvate ma che ha anche profondamente mutato il rapporto dell'azienda con il territorio e l'ambiente. Scelta radicale e coraggiosa che ha alla sua base anche una presa di posizione altrettanto netta nell'allontanare il brand dal fast fashion e di avvicinarlo invece a scelte sostenibili: prodotti di maggiore qualità, confezionati in Italia con l'obiettivo di durare più a lungo grazie a cuciture, tessuti e stampe migliori.

«Nel prossimo futuro di Happiness c'è una collezione 100% made in Italy realizzata con tessuti naturali e tinte con trattamenti organici, colori e pigmenti naturali spiegano Cesare Volpe e Andrea Ciccottelli, creativi di Happiness - anche le stampe saranno a base acqua, per ridurre i materiali inquinanti».

Un lavoro reso possibile dalla stretta correlazione fra la direzione creativa e la produzione: «Riduciamo gli sprechi e i consumi anche nelle fasi di ricerca e sviluppo grazie



ai nostri creativi che, avendo pregresse esperienze nella produzione, disegnano già i capi pensando alla sostenibilità, economica ed ambientale, della loro realizzazione», sottolinea Elisa Maroncelli, che, orgogliosa della propria produzione aggiunge: «Alcune aziende, romagnole e non solo, ci stanno contattando per la nostra serigrafia: ne siamo orgogliosi perché vuole dire che la nostra incessante ricerca di qualità continua ad emergere. Non solo stampiamo riducendo l'uso della plastica ed i fumi nocivi ma minimizziamo gli sprechi e evitiamo produzioni sconosciute». Un'attenzione quella rivolta all'ambiente fatta forse di piccoli passi ma molto concreti. «Abbiamo affrontato la crisi sperimentando nuovi fornitori e cercando nuove realtà con cui stringere solide partnership continuano Volpe e Ciccottelli - questo ci sta permettendo di essere un passo avanti a chi non ha avuto il coraggio di cambiare e ha mantenuto vecchi standard, orientati solo a prodotti destinati a durare poco ed ai grandi numeri. In Italia la sperimentazione è un fattore secondario, per noi invece è determinante».

Proprio grazie a questa sperimentazione Happiness oggi guarda non solo ad una sostenibilità a 360° per l'azienda ma anche ad una collezione 100% sostenibile. «Saranno i clienti a stabilire se abbiamo avuto ragione, noi crediamo moltissimo in questo percorso conclude Maroncelli rimettendo al mercato la valutazione finale - Si parla di un percorso proprio perché è fatto di piccoli ed importanti passi».



L'indagine del Wwf e della Plastic Free Foundation è stata condotta in 28 Paesi

Plastica, nove persone su dieci favorevoli a un trattato mondiale

Le politiche ambientali sono, prima di tutto, politiche transnazionali. Per la stragrande maggioranza delle persone, infatti, sarebbe opportuno avere un Trattato globale sulla plastica per affrontare efficacemente la crisi dell'inquinamento nei mari. A dirlo è un'indagine del Wwf e della Plastic Free Foundation condotta in 28 Paesi. In media, circa il 90% delle persone intervistate sarebbe a favore. Gli italiani superano la media: sono al sesto posto: il 94% dice, infatti, "sì". Questi risultati dovrebbero rafforzare ulteriormente l'urgenza di stabilire standard globali elevati per affrontare tutte le fasi del ciclo di vita della plastica e definire la strada per porre fine all'inquinamento da plastica entro il 2030. Al Governo italiano il Wwf chiede di correggere le disposizioni introdotte nella normativa italiana di recepimento della direttiva comunitaria 'Sup' sulla plastica monouso, rafforzando, come è stato chiesto dalla Commissione Europea, le misure che disincentivano il monouso e sostengono il ricorso a imballaggi riutilizzabili. Al momento sono oltre 150 gli stati membri delle Nazioni Unite che hanno formalmente

chiesto un Trattato, ma a meno che questi appelli non siano seguiti dalla decisione di istituire un trattato di ampia portata che affronti tutto il ciclo di vita della plastica, non potremo risolvere la crisi dell'inquinamento da plastica. I paesi dell'America Latina sono in testa con il 93% degli intervistati che riconosce l'importanza di un Trattato globale sulla plastica, seguiti dai cittadini europei coinvolti dall'indagine e quelli dell'area asiatica del Pacifico. La percentuale di persone che pensano che un Trattato sia importante è più alta in Messico (96%), Cina (95%) e Perù (95%). «Sappiamo che i cittadini sono estremamente preoccupati per l'inquinamento da plastica ma l'azione individuale non è sufficiente. Servono regole e obiettivi chiari e ambiziosi in grado di cambiare il nostro rapporto con la plastica in modo da tutelare sia la nostra salute che quella dell'ambiente. Questo sondaggio è un chiaro invito, da parte di persone provenienti da ogni angolo del mondo, ai propri governi affinché agiscano subito», commenta Donatella Bianchi, presidente di Wwf Italia.