

ambiente **cucina**

BIMESTRALE TECNICHE NUOVE - VIA ERITREA 21 - 20157 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - ISSN 0392-5730

ANNO 49 NOVEMBRE | DICEMBRE 2025

289

ELETTRODOMESTICI
AI, CONNESSIONI
E CREATIVITÀ

SCENARIO
BILANCI
E VISION

SOSTENIBILITÀ FELICE

50289>
9 470392 4573000





CONDIVIDERE CONOSCENZE, RISORSE E BEST PRACTICE PUÒ FACILITARE L'ADOZIONE DI SOLUZIONI PIÙ SOSTENIBILI E CREARE UNA FILIERA REALMENTE EFFICIENTE E RESPONSABILE



OBIETTIVI Regolamento UE 2024/1781

- Migliorare la durabilità, la riutilizzabilità, l'aggiornamento e la riparabilità
- Migliorare la possibilità di manutenzione e ricondizionamento
- Rendere i prodotti più efficienti sotto il profilo energetico e delle risorse
- Affrontare la presenza di sostanze che inibiscono la circolarità
- Aumento del contenuto riciclato
- Rendere i prodotti più facili da rifabbricare e riciclare
- Definire norme sull'impronta di carbonio e sull'impronta ambientale
- Limitare la produzione di rifiuti
- Migliorare la disponibilità di informazioni sulla sostenibilità dei prodotti



Gaspare Lucchetta
AD Gruppo Euromobil

La sostenibilità per Euromobil rappresenta una vera e propria filosofia del progetto. «Il nostro obiettivo - spiega Gaspare Lucchetta, AD del Gruppo - è sempre stato quello di realizzare **prodotti timeless**. Una cucina deve durare nel tempo non solo per la qualità dei materiali, ma anche per la coerenza estetica e la capacità di mantenere inalterati i valori pro-

gettuali».

L'approccio sostenibile di Euromobil si fonda quindi su una visione a lungo termine, che si traduce in azioni concrete e misurabili. «I nostri cicli produttivi - continua Lucchetta - sono costantemente aggiornati per evitare sprechi di energia e materiali. **Ogni fase è ottimizzata per raggiungere un livello di efficienza sempre più elevato**». L'impegno si riflette anche sul fronte energetico: lo stabilimento dispone di un **impianto fotovoltaico** in grado di autoprodurre il 60% del fabbisogno elettrico giornaliero, evitando ogni anno l'emissione di 126 tonnellate di CO₂, equivalenti a circa 15.000 alberi. Ma è nella scelta dei materiali che la filosofia sostenibile trova la sua massima espressione. «Utilizziamo ecopannelli composti da particelle di legno riciclato con la più bassa emissione di formaldeide presente oggi sul mercato. Tutti i pannelli rispettano la normativa E^{****}, la più severa al mondo, mentre gli altri materiali rispondono allo standard Carb ph.2». Un esempio emblematico è Respect[®], un materiale derivato dal PET riciclato, utilizzato

per i frontali dei mobili. «È una risposta tangibile alla riduzione dell'impatto ambientale - precisa Lucchetta - che unisce tecnologia, design e riciclabilità. Anche gli imballi sono riciclabili al 100%, per un approccio davvero circolare». L'attenzione di Euromobil a quanto potrà comportare l'attuazione del Regolamento europeo è già concreta. «Stiamo conducendo un'analisi interna dei prodotti esistenti e stiamo individuando strategie di miglioramento volte a incrementare il loro livello di sostenibilità. In occasione della Milano Design Week 2025 abbiamo presentato Levitas, un progetto che rispetta pienamente i criteri previsti dalla normativa ESPR». Levitas è il simbolo del nuovo corso aziendale: un sistema di contenimento che introduce il concetto di leggerezza visiva e strutturale attraverso l'uso di vetro e alluminio, due materiali completamente riciclabili, combinati tra loro a secco. «È il primo passo verso una **categoria di prodotti ecosostenibili, progettati per essere smontati e riutilizzati**, nel pieno spirito dell'economia circolare». Naturalmente, un cambiamento di tale portata richiede investimenti significativi. «Realizzare prodotti ecocompatibili comporta un aggiornamento tecnologico e informatico ad alti livelli - sottolinea -. Serve coinvolgere ricerca e sviluppo, ed è cruciale selezionare fornitori sensibili ai temi ambientali e superare le inevitabili resistenze della filiera». La sostenibilità, non è solo un costo. «Rappresenta un vantaggio competitivo crescente, capace di attrarre consumatori e investitori consapevoli». Secondo Lucchetta, la chiave per accelerare la transizione verde è: «La collaborazione tra aziende del settore».

La parola a... **EUROMOBIL**

LA SOSTENIBILITÀ NON È UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE, MA UNA **RESPONSABILITÀ CULTURALE E INDUSTRIALE**