

## Editoriale

Di Giulia Ciliberto

Il riciclo degli scarti risultanti dalle attività produttive è una pratica di origini antichissime, che l'uomo ha adottato fin dalle epoche più remote come procedimento volto a ottimizzare l'economia dei beni materiali e immateriali. Tuttavia, più che come un'istanza strumentale per il suo stesso sostentamento, la società di massa ha comunemente interpretato il riciclo come un approccio orientato al mero contenimento degli eccessi conseguenti a un sistema di gestione delle risorse fondato sul principio della crescita illimitata. La crisi che, da diversi decenni, interessa l'economia globale, evidenzia invece l'urgenza di rivalutare tale attitudine, rivendicandone anche un ruolo centrale nella definizione delle dinamiche di produzione, distribuzione e consumo.

In un'ottica imprenditoriale, tali presupposti delineano margini operativi connotati in egual misura da opportunità e criticità: da un lato, l'adozione di strategie che contemplino azioni di riciclo, riuso e riqualificazione rappresenta per le aziende un'occasione per assecondare efficacemente la ripresa economica, allineandosi al tempo stesso alle vigenti direttive europee e internazionali in termini di ricerca e innovazione; d'altro canto, perché tale scenario possa concretamente realizzarsi, molte di esse necessitano di rivedere in modo radicale il proprio apparato tecnologico e manageriale, in un processo di rilettura del brand che le imprese – soprattutto quelle di dimensioni più esigue – fanno spesso fatica a intraprendere e portare a compimento.

I contenuti del terzo numero di *Progetto Re-Cycle* ruotano intorno a questa prospettiva mettendo in luce, da diverse angolazioni, un ambito di riferimento articolato secondo un duplice binario: una prima direttiva riguarda il piano della materialità, documentando un insieme di tecniche, pratiche e metodologie che individuano nel recupero di risorse preesistenti un canale privilegiato per innovare i modelli di progettazione, lavorazione e smaltimento dei prodotti; una seconda direttiva si rifà a un piano più intangibile e astratto, alludendo all'esigenza di uno slittamento delle logiche consumistiche in favore di un approccio basato su un'istanza di sostenibilità intesa in senso culturale oltre che produttivo, economico e ambientale.

Con questa nuova uscita *Progetto Re-Cycle* ribadisce e mette ulteriormente a fuoco il proprio interesse nei confronti della cultura d'impresa: un interesse già espresso, seppur con minore enfasi, nel contesto dei precedenti numeri della rivista, che trova corrispondenza anche nelle evoluzioni che stanno riguardando l'iniziativa nel suo complesso. Il progetto sta infatti assumendo un respiro più ampio, con l'intento di coniugare la missione informativa e pubblicistica con l'erogazione di una serie di servizi di supporto alle piccole e medie imprese – come ad esempio il ciclo di webinar dedicati al concetto di riciclo come strumento per organizzare, comunicare e mettere in rete il proprio business che organizzeremo con cadenza mensile a partire da settembre.

Dal punto di vista dei rapporti con il territorio, i prossimi mesi vedranno riconfermarsi il legame di *Progetto Re-Cycle* con l'Università Iuav di Venezia attraverso il collegamento con due distinti progetti di ricerca, il primo improntato al rilancio del distretto della ceramica di Nove [VI] e il secondo alla rigenerazione del tessuto produttivo presente in area pedemontana. Oltre a consolidare e potenziare le relazioni già avviate con le istituzioni operanti sul sistema territoriale del Veneto, queste esperienze forniranno il banco di prova per testare un formato editoriale sperimentale – simultaneamente rivista, studio di comunicazione, agenzia di consulenza, incubatore d'impresa – che intende il riciclo come occasione per creare un ponte fra imprenditoria e cultura.