



www.wood2good.eu

RISTRUTTURAZIONE DEL SETTORE DEL LEGNO

Le migliori pratiche e le proposte innovative

InnoBox Book

In collaborazione con:

Col supporto
finanziario dell'UE



 GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'ECONOMIA, INDÚSTRIA, TURISME I OCUPACIÓ

 FEVAMA
FEDERACIÓ EMPRESARIAL DE LA MADERA Y ASERBE
DE LA COMUNITAT VALENCIANA

 POUR LA
SOLIDARITÉ
European think & do tank

 bucks
new university

 VERONA INNOVAZIONE

 ÉPÍTŐK
EFÉDOSZSZ

 FCBA
INSTITUT
TECHNOLOGIQUE

RINGRAZIAMENTI

La presente pubblicazione è stata predisposta sulla base delle informazioni fornite da numerose società del settore del legno, con sede in Francia, Italia, Spagna e Regno Unito.

Il documento è stato redatto e pubblicato da POUR LA SOLIDARITE' con il rilevante contributo nei contenuti dei partners del progetto Wood2Good.

Gli autori intendono ringraziare caldamente i rappresentanti delle società per la propria disponibilità nonché il proprio contributo all'elaborazione della presente pubblicazione

Questa pubblicazione è stata predisposta con il supporto finanziario del Programma Progress dell'Unione Europea. I contenuti della presente pubblicazione sono soggetti alla sola responsabilità del consorzio e in alcun modo rispecchiano le posizioni della Commissione europea.

INDICE

Ringraziamenti	1
Indice	2
Introduzione	3
Presentazione del progetto	5
1. Migliori prassi	7
Coulidoor (Francia)	7
Formabilio (Italia)	10
Reverse (Italia)	13
Valcucine (Italia)	16
Actiu (Spagna)	19
Micuna (Spagna)	22
2. Proposte innovative	25
Menuiserie (Francia)	25
Ikea France (Francia)	28
Johnny Grey Studio (Regno Unito)	31
Steward Linford (Regno Unito)	33
Trada BM (Regno Unito)	35

INTRODUZIONE

Supportare l'impiego in settori che sono stati fortemente colpiti dalla crisi economica e' una delle maggiori sfide da affrontare negli anni a venire a livello di Unione Europea. Se le soluzioni identificate alla crisi economica sono orientate principalmente alla sostenibilità finanziaria ed economica, il cambio climatico davanti a noi, diretta conseguenza dei nostri comportamenti consumistici, può essere combattuto in concomitanza con l'aumento della disoccupazione in Europa.

È un dato di fatto, il legno e' uno dei più importanti settori industriali in Europa con quasi 3 milioni di lavoratori, e 375 000 di imprese che generano un fatturato annuo di 122 miliardi di euro¹. Tuttavia tra il 2000 e 2012, l'occupazione nelle industrie basate sul legno è diminuita del 17%, la più grande perdita mai registrata nella produzione di mobili (-28,6%). Dal 2008, gli effetti della crisi economica sono stati avvertiti in maniera rilevante nel settore del legno, con un'accelerazione nelle riduzioni di input di lavoro ad un ritmo più veloce rispetto alla media del manifatturiero². La concorrenza internazionale a cui il settore del legno è sottoposto può essere un elemento di spiegazione: l'aumento dei costi delle materie prime in Europa ha intensificato la delocalizzazione già in atto soprattutto verso i paesi asiatici, in cui gli obiettivi sostenibili non sono così vincolanti come in Europa.



Per quanto riguarda il cambiamento climatico, molti ricercatori scientifici hanno già dimostrato che la gestione sostenibile delle foreste e lo sviluppo di prodotti a base di legno (come la costruzione, mobili e così via) possono aiutare a ridurre le emissioni di CO₂. Infatti, data l'elevata capacità di assorbimento di carbonio delle nostre foreste in crescita, il legno è considerato come una delle principali fonti di energia rinnovabile per il continente. Purtroppo, molti Stati membri mantengono limitato l'uso del legno attraverso regolamenti edilizi discriminatori principalmente motivati da problematiche di incendio.

La strategia di EU2020 per una "crescita intelligente sostenibile e inclusiva" ha riorientato l'Europa verso standard sociali, ambientali e sanitari insieme a obiettivi

¹ SWD (2013) 343 finale

² EUROSTAT, Panoramica statistica della silvicoltura, dati da Settembre 2013

economici e di crescita. Il 20% dell'obiettivo delle energie rinnovabili nel mix energetico europeo che deve essere raggiunto entro il 2020, potrebbe dare impulso allo sviluppo dell'industria del legno verso il settore delle energie rinnovabili. Tuttavia, in vista di tutti gli altri vantaggi che il settore del legno è in grado di offrire nella lotta contro i cambiamenti climatici, le recenti decisioni europee, come l'accordo per gli obiettivi dell'energia e del clima per il 2030, possono costituire un incentivo per i decisori e le parti interessate del settore, per sviluppare l'uso di prodotti sostenibili in legno. Come già sostenuto dalla Commissione europea nella sua comunicazione del 2008³, nonostante il settore del legno si trovi di fronte a nuove sfide, offre anche la possibilità di implementare soluzioni innovative, in modo da rispondere alla lotta contro il cambiamento climatico e diventare il settore competitivo che dovrebbe essere in Europa.

Molte iniziative sono già state attuate in tal senso. Considerato ciò, il presente libro InnoBox mira a presentare una selezione delle più rilevanti migliori pratiche e proposte innovative di ristrutturazione sostenibile nel settore del legno individuati nell'ambito del progetto Wood2Good. Da un lato, le migliori pratiche evidenzieranno le azioni già avviate dalle aziende, il processo di attuazione che ne è seguito ed i risultati che si possono attendere. Dall'altro lato, le soluzioni innovative saranno analizzate su innovazione e prassi future da sviluppare con l'obiettivo di rendere verde il settore del legno.

Grazie a questo opuscolo, il consorzio del progetto Wood2Good spera che le parti interessate possano cambiare idea e non considerare più la ristrutturazione come "l'ultima possibilità di sopravvivenza" ma piuttosto considerare come una nuova opportunità di recuperare competitività attraverso l'innovazione, contribuire a combattere i cambiamenti climatici e superare la sfida di riduzione dell'input di lavoro che l'industria del legno è costretta ad affrontare da quasi 15 anni.

Ad accompagnare questo libro InnoBox, è stato pubblicato un Libro di raccomandazioni rivolto in particolare ai decisori, come sintesi dei risultati del progetto. Tutte le migliori pratiche e le proposte innovative sono disponibili anche nello strumento informatico InnoBox sul sito del progetto: www.wood2good.eu.

Il consorzio di Wood2Good vi augura una piacevole e fruttuosa lettura!

³ EUROSTAT, Panoramica statistica della silvicoltura, dati da Settembre 2013

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Obiettivi di Wood2Good

Il progetto Wood2Good è stato sviluppato con l'obiettivo di analizzare la situazione attuale della ristrutturazione nel settore del legno e delineare le raccomandazioni rivolte ai decisori in modo da garantire una modifica responsabile delle PMI del legno verso un'economia verde.

Per raggiungere tale obiettivo, gli obiettivi specifici del progetto sono:

1. Migliorare la comprensione della posizione nel settore del legno in termini di impiego e pratiche sostenibili;
2. Promuovere la realizzazione di un vero e proprio dialogo tra i principali portatori di interessi (parti sociali, Autorità pubbliche, istituti tecnologici) e lo scambio di informazioni sulla ristrutturazione del settore del legno attraverso casi di studio e workshop nazionali;
3. Ricercare le migliori pratiche ed innovazioni raccolte in tutta Europa;
4. Aumentare la consapevolezza sui temi di ristrutturazione del settore del legno e le sue soluzioni, condividendo le conclusioni delle attività condotte in ogni Paese attraverso pubblicazioni (Libro delle raccomandazioni e Libro InnoBox) e organizzazione di eventi (conferenze europee).

I prodotti principali del progetto Wood2good

2 eventi transnazionali:

- Conferenza di lancio - Bruxelles, Marzo 2014;
- Conferenza finale - Bruxelles, Dicembre 2014;

1 sondaggio sulla percezione del settore del legno dalle parti interessate;

1 relazione sulla rassegna bibliografica per migliorare la comprensione della situazione;

4 casi di studio e workshop in Spagna, Francia, Regno Unito, Italia;

1 InnoBox strumento online che dà accesso alle migliori prassi e innovazioni identificate;

1 libro InnoBox che presenta una selezione delle migliori pratiche e delle innovazioni;

1 libro di raccomandazioni rivolte ai decisori;

1 sito web del progetto: www.wood2good.eu

Data di inizio

Febbraio 2014

Data di fine

Gennaio 2015

partners di Wood2Good

CEITE

Spagna (Coordinatore)



POUR LA SOLIDARITÉ

Belgio



FEVAMA

Spagna



FCBA

Francia



Verona Innovazione

Italia



EFEDOSZS

Ungheria



Buckinghamshire New University

Regno Unito



1. MIGLIORI PRASSI

Coulidoor (Francia)



COULIDOOR®

Coulidoor è un'azienda di famiglia fondata in Francia nel 1986 e specializzata in design e realizzazione di ante di armadi e soluzioni di stoccaggio su misura. Dal 2012, la società è impegnata in iniziative di sviluppo sostenibile in linea con azioni sociali ed ambientali attuate sin dalla costituzione dell'azienda.

Descrizione della Società

Storia

COULIDLOOR opera in 2 siti industriali e 3 piattaforme logistiche che coprono tutto il territorio francese. Rispetto alla maggior parte dei rappresentanti del settore dei mobili in Francia, COULIDOOR ha la particolarità di aver incorporato la propria logistica nelle proprie attività quotidiane e quindi la distribuzione dei suoi prodotti.

Anno di creazione: 1986

Numero di dipendenti: 210

Fatturato: 35 milioni di € (2011)

Certificazioni: laboratorio europeo PEFC, garanzia dell'"origine francese"

Prodotti e servizi

COULIDOOR offre una gamma completa di ante per armadi, che associano acciaio o alluminio con finiture lucide, opache, laccate e una serie di decorazioni e colori ricchi e di tendenza. Inoltre, l'azienda produce ante su misura per offrire cabine armadio in linea con i bisogni ed i desideri dei consumatori. Il proprio servizio, COULIDOOR è conosciuta per la sua celerità, nonostante la sua produzione certificata di prodotti su misura (1 settimana per le ante e 3 settimane per le unità di stoccaggio).

Sotto-settori interessati

Fin dalla sua costituzione, l'azienda ha lavorato con i propri partner e fornitori in una visione cooperativa e con la propensione ad acquisti responsabili. Questo è specificatamente previsto dalla garanzia di "origine francese" attestante che la produzione e la fornitura sono svolte da partner nazionali. Nello stesso spirito di sinergia, COULIDOOR ha creato partnership con i fornitori locali come Renault Trucks che ora offre un parco di 25 camion della flotta di COULIDOOR.

Processo di implementazione

La dinamica dello sviluppo sostenibile è guidata dal Direttore industriale del gruppo, che dal 2012 si affida ad alcuni dei suoi collaboratori: il responsabile della Qualità, Sicurezza e Ambiente (QSE), il responsabile delle Risorse Umane (HR), così come - più recentemente - il responsabile dello sviluppo sostenibile.

Dal 2012, la politica della società per lo sviluppo sostenibile va di pari passo con un rafforzamento della gestione in posizioni strategiche: un responsabile degli acquisti (2012), un controllore finanziario (2013), un ingegnere di Ricerca e Sviluppo (R&D) (2014) e un direttore marketing (2014). Ciò permette la diffusione dei principi dello sviluppo sostenibile nelle diverse posizioni strategiche della società: sostenibilità economica, l'innovazione e comunicazione esterna.

Pratiche iniziate

Dal 2012, l'azienda consolida la propria politica di sviluppo sostenibile incrementando azioni complementari:

Governance:

- Formalizzazione di una Carta per la responsabilità sociale d'impresa (CSR);
- Realizzazione di una gestione dell'energia secondo la norma ISO 50 001;
- Arricchimento delle azioni di sicurezza, al fine di migliorare la salute e il benessere dei dipendenti sul posto di lavoro.

Processo:

- Lancio di un programma di ottimizzazione per quanto riguarda il consumo di materie prime e la riduzione dei rifiuti;
- Prova di nuove tecnologie come la creazione rapida di prototipi di stampa in 3D.

Prodotti:

- Lancio di un approccio di eco-design per i prodotti della società;
- Certificazione di prodotto: PEFC per i prodotti in legno, garanzia di "origine francese" a presentare una produzione francese.

Raccomandazioni

Al giorno d'oggi, il successo di un approccio di sviluppo sostenibile in una società è profondamente radicato nella organizzazione dell'impresa. Il Comitato Esecutivo deve cogliere il problema, definire una strategia a lungo termine ed assicurare il suo sostegno con un team operativo.

Conclusioni

"Lo sviluppo sostenibile" è un approccio strategico per l'azienda. Le azioni sviluppate dal 2012, in particolare in relazione ai portatori di interessi esterni, sono ancora troppo recenti per essere valutate. Esse contribuiranno a rafforzare gli impegni della società per quanto riguarda la soddisfazione del cliente, relazioni con i fornitori, l'innovazione e rispetto dell'ambiente. L'istituzione di un quadro di valutazione dello sviluppo sostenibile consentirà all'azienda di stimare oggettivamente i progressi compiuti in questo settore.

Maggiori informazioni

www.coulidoor.fr | www.ambiance-dressing.fr | www.coulisoft.fr

Parole chiave: Sviluppo sostenibile, Eco-design, salute e sicurezza, energia, rifiuti

Formabilio (Italia)

formabilio.com



"Abbiamo vissuto a Milano negli ultimi 10 anni ed entrambi abbiamo più di 30 anni. Abbiamo sentito la necessità di mettere a frutto gli anni di studi, di lavoro e le competenze acquisite per creare qualcosa in linea con i valori in cui crediamo. Siamo un'impresa commerciale che è etica, in grado di prendere, ma anche dare, e creare ricchezza per la comunità. Abbiamo deciso di investire in uno dei campi più famosi- anche gravemente colpiti dalla crisi - del 'Made in Italy': l'industria del mobile. Abbiamo reinterpretato il modello, utilizzando appieno la creatività del crowdsourcing, la gestione di imprese già esistenti nella zona in un nuovo modo. Semplicemente chiediamo ogni parte coinvolta di essere se stessa: ai progettisti di creare, alle aziende di produrre, agli utenti di scegliere, dare il proprio parere e poi comprare. Questo è il progetto nel quale abbiamo investito e crediamo.

In poche parole questo è Formabilio. "

Maria Grazia Andali e Andrea Carbone, fondatori di Formabilio

Descrizione della Società

Formabilio è un marchio italiano di mobili eco-friendly e accessori per la casa:

- Ideati da progettisti provenienti da tutto il mondo attraverso concorsi on-line;
- Scelti da una comunità di amanti del design;
- Prodotti da piccole imprese dell'etichetta "Made in Italy" e;
- Disponibili on-line sulla piattaforma di e-commerce it.formabilio.com.

Da gennaio 2013, Formabilio ha lanciato 41 concorsi per un totale di 7600 progetti presentati.

Sotto-settori interessati

I sotto-settori interessati sono i seguenti: mobili (2 ° trasformazione) ed e-commerce.

Processo di implementazione

I prodotti di Formabilio sono il risultato di concorsi di progettazione on-line lanciati una volta al mese sulla piattaforma della società e attraverso i propri social media e altri canali. Il concorso internazionale di mobili di design è aperto a progettisti, creativi e amanti del design dai 18 anni. Talenti creativi provenienti da tutto il mondo possono presentare le loro idee.

Tutti i progetti sono pubblici e possono essere discussi, valutati e votati da una vasta comunità on-line composta da appassionati di design, potenziali acquirenti e designer stessi. Attraverso un meccanismo di voto, la comunità online seleziona i primi 10 prodotti "scelti dalle persone". Una giuria di esperti di design di Formabilio poi seleziona i progetti vincitori per la produzione e la vendita.

Pratiche iniziate

Crowdsourcing: Formabilio può essere qualificato come un marchio crowdsourcing perché i suoi prodotti sono concepiti da designer di tutto il mondo attraverso concorsi.

Le idee di progetto sono valutate da una comunità di oltre 106 000 utenti registrati e quelli che ricevono il più alto "punteggio" si qualificano come finalisti. Una commissione interna - fatta da rappresentanti, produttori ed esperti di design di Formabilio - sceglie i progetti vincitori per la produzione.

Made in Italy: Formabilio sceglie i piccoli produttori artigianali italiani: le imprese migliori per qualità su cui la struttura produttiva italiana si basa.

Eco-friendly: Formabilio chiede ai progettisti di pensare all'eco sostenibilità (green), proponendo prodotti innovativi, ecologici e riciclabili. Vengono incoraggiati i prodotti di qualità funzionale, che riducono l'impatto dei rifiuti prodotti e promuovano politiche comuni per ridurre le emissioni di gas clima-alteranti.



Risultati

"Tutti vincono nei concorsi di Formabilio!" - Così si dice: i progettisti concorrenti - che ricevono una commissione del 7% su tutti i prodotti venduti - i piccoli produttori italiani, i clienti informati e il pubblico in generale.

Valorizzazione della comunità:

Designers: *"Il nostro approccio crowdsourcing rende Formabilio il marchio di Design con il maggior numero di risorse umane per la ricerca e lo sviluppo di progetti di mobili"*. Finora, i progettisti della comunità di Formabilio sono 3 000 per un totale di oltre 7600 progetti presentati e 132 idee vincenti, che diventeranno prodotti a marchio Formabilio. Anche se la maggior parte dei progettisti provengono dall'Italia, dopo aver raggiunto creativi da tutta Europa, l'azienda si sta espandendo negli Stati Uniti, Messico, Brasile, Russia, India, Giappone, Filippine, ecc

Gli amanti del design: Ci sono attualmente più di 106.000 membri della comunità Formabilio - per lo più provenienti dall'Italia - con una maggiore concentrazione nelle grandi città come Milano, Roma, Torino e Napoli. Tra gli amanti del design che votano e comprano prodotti Formabilio, ci sono molti tedeschi, austriaci, olandesi, francesi e inglesi, e il 51% degli abbonati hanno più di 31 anni.

Le aziende manifatturiere: le società scelte da Formabilio come propri partner (attualmente 16) *"raccontano una storia unica di artigianato e di duro lavoro"*. Formabilio conserva il loro know-how, che consiste di tecniche e competenze tramandate di generazione in generazione. *"I nostri partner lavorano con motivazione, umiltà e orgoglio - l'orgoglio di essere parte di questo processo che mira a promuovere e aumentare i valori della sostenibilità e del Made in Italy"*.

Raccomandazioni

Non avere paura di critiche: *"Siamo pronti ad ascoltare e imparare come migliorare costantemente"*. Formabilio incoraggia la comunità web a dare consigli, a commentare progetti, prodotti e sistemi di acquisto.

Conclusioni

Formabilio è un marchio di design: di crowdsourcing, Made in Italy ed ecologico

Maggiori informazioni

Via Mazzini 4 - Cison di Valmarino - 31030 Treviso - ITALIA

media@formabilio.com | it.formabilio.com

Parole chiave: processi e marketing

Reverse (Italia)



Descrizione della Società

Nata nel 2010, Reverse si è sviluppata nel 2013 da associazione culturale a un progetto di business, mantenendo un forte connessione con la propria filosofia di origine e donandole un senso pratico: Reverse ora crea soluzioni di design uniche e personalizzate, costruite con tecniche a basso impatto ambientale ed usando materiali riciclati. Questo approccio che richiede molto tempo, in quanto coinvolge una parte rilevante di lavoro artigianale.

Reverse intercetta parte del materiale di scarto di produzione delle imprese locali, al fine di dare una nuova prospettiva a questi materiali, che sono pronti per essere smaltiti.

Reverse parte da prodotti che non vengono più utilizzati; esiste un pensiero profondo sulla dimensione circolare del riuso, come il materiale di scarto diventi l'inizio della catena di produzione.

Reverse produce accessori, elementi di arredo e strumenti di uso comune e organizza mostre temporanee. Dà al materiale di scarto un valore molto alto, lavorando in stretto collegamento con gli attori locali, creando una dinamica che si avvicina all'arte e all'artigianato.

Reverse è gestito da un team giovane (la media è di 31 anni!) di tre soci con background differenti, che riescono a coprire le seguenti aree: gestione, progettazione e produzione sono organizzate internamente.

Sotto-settori interessati

Il sotto-settore interessato è il seguente: mobili (2° trasformazione).

Processo di implementazione

Reverse mira a conciliare la redditività della società con l'efficacia dei benefici sociali in modo da avere un impatto positivo sulla comunità. Per questo motivo, cerca di coinvolgere gli attori locali come i comuni, le imprese, le scuole e l'Università del territorio.

Pratiche iniziate

Al fine di diffondere e promuovere la sostenibilità in senso lato, Reverse organizza laboratori per bambini e adulti, con l'obiettivo di stimolare un approccio critico al consumo, nonché per aumentare la propria capacità di giudicare un prodotto per la sua fattura e la qualità della produzione.

Reverse gestisce anche uno spazio di co-working in Verona chiamato "Canarin" dove vengono attuati oltre 10 progetti diversi, tutti condividono interessi comuni quali il rispetto dell'ambiente, la sostenibilità in generale e la creatività: Reverse è un luogo di sperimentazione che stimola la collaborazione. Inoltre, Reverse dispone di un laboratorio per seguire tutte le fasi del processo: dal recupero del materiale di scarto per la produzione del nuovo prodotto, attraverso la progettazione.



Risultati

Attraverso il proprio lavoro, Reverse cerca di attuare un modello economico relazionale con l'obiettivo di creare un valore condiviso, al fine di accrescere il benessere della comunità della zona.

Raccomandazioni

"I workshop sono il cuore pulsante del progetto: per scopi culturali ed educativi", Reverse organizza e coordina laboratori aperti anche ai non esperti, in modo che tutti possano riciclare e riutilizzare i rifiuti e diventare attivi appassionati di riciclaggio. In questo modo e in poche ore tutti i partecipanti possono creare le proprie lampade, sedie e altri oggetti. La sig.ra Federica Collato, co-fondatrice di Reverse, dichiara: "Il progetto di Reverse è orientato alla persona e si concentra sulla capacità di tutti di scegliere come vivere, mangiare e utilizzare strumenti e prodotti. Noi crediamo che la qualità della vita possa notevolmente migliorare, prendendosi cura della propria routine quotidiana".

Conclusioni

Coinvolgimento della comunità locale:

- Laboratori per bambini e adulti;
- Coinvolgimento di tutti i portatori di interessi del territorio;

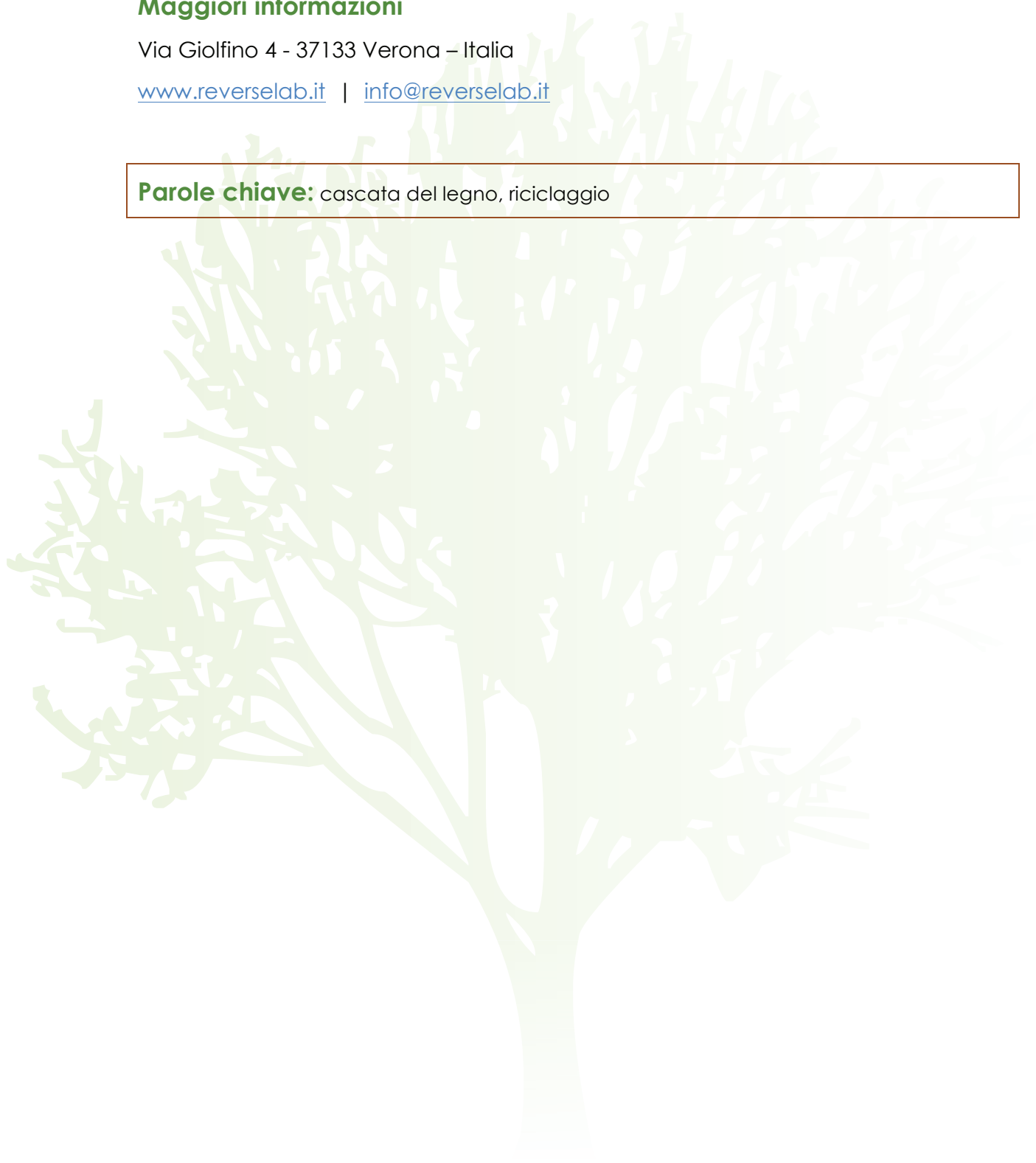
- Soluzioni uniche e di design personalizzato, costruite con le tecniche a basso impatto ambientale e con materiali riciclati.

Maggiori informazioni

Via Giolfino 4 - 37133 Verona – Italia

www.reverselab.it | info@reverselab.it

Parole chiave: cascata del legno, riciclaggio



Valcucine (Italia)



Descrizione della Società

Valcucine è stata fondata nel 1980. Tutto è iniziato con il desiderio di produrre in modo eco-compatibile. L'etica della responsabilità verso l'ambiente è la linea guida nelle scelte della società e la rende una migliore prassi come viene affermato sul loro sito *"un uomo non dovrebbe fare segni nella sabbia che non possano essere cancellati dal vento"*.

Valcucine lavora per l'eco sostenibilità, investendo in quattro aspetti:

- Riciclaggio - la progettazione di mobili da cucina che siano al 100% riciclabili;
- Riduzione - nell'uso di materiali con zero emissioni di formaldeide, che garantiscano una lunga vita tecnica ed estetica. Valcucine utilizza anche il legno che non deriva dalla distruzione delle principali foreste;
- Raccolta e riutilizzo - garantisce la raccolta e lo smaltimento di alcune linee di cucine alla fine del proprio ciclo di vita;
- Granzia a vita - le cucine sono progettate per essere smantellate e ricondizionate in modo che possano essere utilizzati per creare altri prodotti in futuro.

Sotto-settori interessati

Il sotto-settore interessato è il seguente: mobili (2 ° trasformazione).

Implementazione del processo

In Valcucine i principi della sostenibilità ambientale sono i valori fondamentali della l'azienda. Dal proprio inizio l'azienda ha investito in processi eco-sostenibili e materiali naturali. Con lo slogan *"abbiamo un sogno, un mondo senza sprechi!"* la loro continua ricerca ha permesso loro di proporre le prime cucine "sostenibili" a partire dal 1988. Andando ben oltre prodotti solo sostenibili, i loro progetti sono volti a comunicare questi valori ai propri lavoratori, clienti e una popolazione più ampia.

Pratiche iniziate

Tra le diverse pratiche avviate dalla società, possiamo evidenziare quanto segue:

- Miglioramento continuo dei propri prodotti, che sono diventati sempre più sostenibili attraverso i principi sopra esposti;
- Promozione e finanziamento di BIOFOREST, l'associazione per la rigenerazione di ambienti naturali, che ha recepito due grandi progetti per la riforestazione e la tutela della biodiversità in Ecuador e in Italia, chiamato "Operazione Otonga" e "Progetto Vinchiaruzzo". Ha inoltre creato il "Progetto Occhione", un'idea di educazione ambientale per le scuole medie della provincia di Pordenone, che prevede la costruzione di un laboratorio naturalistico e di un vivaio di specie autoctone che vengono successivamente piantate in terreni pianeggianti che vengono messi a disposizione da BIOFOREST;
- Apertura nel 2010 di un Eco-Libreria nel proprio showroom di Milano per sensibilizzazione sulla sostenibilità. La libreria promuove eventi e libri sui temi: sostenibilità, bio-architettura, eco-design, etica e altri libri/riviste legati alla sostenibilità sociale e ambientale. Opening in 2010 of an Eco Bookstore in their Milan Showroom to raise awareness on sustainability. The bookstore promotes events and books on the topics: sustainability, bio-architecture, eco-design, ethics and other books/magazines related to social and environmental sustainability.



Risultati

Porre i concetti di sostenibilità ambientale e sociale al centro dei valori aziendali ha un impatto positivo sui seguenti aspetti:

- Ottenere visibilità ed essere riconosciuta come un'azienda "verde";
- Mettere il concetto di sostenibilità al centro del processo di innovazione ha permesso lo sviluppo di prodotti unici e funzionali con un vantaggio competitivo;

- Costruire una cultura aziendale basata su etica e ambiente sicuro, aumenterebbe la soddisfazione dei lavoratori;
- Fornire cucine funzionali e belle che vengono raccolte, riciclate e in parte riutilizzate;
- Miglioramento continuo dei prodotti della società, grazie alla sostenibilità di un'innovazione organizzata.

Raccomandazioni

Mettendo i valori della sostenibilità al centro della società.

Conclusioni

Valcucine è un esempio di come una strategia chiara e globale della sostenibilità abbia reso una società di successo sotto numerosi punti di vista.

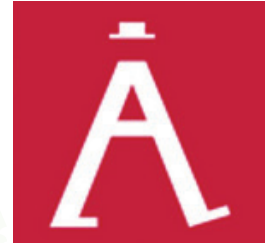
Maggiori informazioni

Via L. Savio 11 - 33170 Pordenone - Italia

www.valcucine.it

Parole chiave: Riciclaggio

Actiu (Spagna)



Descrizione della Società

L'azienda è stata fondata nel 1968, come piccolo negozio artigianale. Anni dopo, una società specializzata in mobili per la casa venne creata e sostituì il negozio di artigianato. Con 45 anni di esperienza, l'azienda è in grado di offrire prodotti che forniscono il benessere ai clienti. La società ha ricevuto il premio di Impresa Verde nel 2011, che attesta l'introduzione di buone pratiche nella gestione ambientale ed il premio di Chicago per il Green Good Design.

Sotto-settori interessati

Il sotto-settore interessato è il seguente: mobili (2° trasformazione).

Processo di implementazione

L'iniziativa del parco tecnologico sorto a seguito della crescente consapevolezza sulla responsabilità di produrre legno industriale sostenibile; rispettando l'ambiente; e integrando innovazione, sostenibilità, territorio, industria e architettura.

L'azienda ha sviluppato un processo di produzione che è sostenibile, analizzando il ciclo di vita del prodotto per ottenere un consumo responsabile delle risorse ed efficienza produttiva consentendo stabilità di costi. Questo processo prende in considerazione:

- ARCHITETTURA considerata come uno strumento fondamentale per l'innovazione, in modo che l'innovazione, lo spazio e i mobili possano essere amalgamati in ambienti di lavoro più comodi ed efficienti;
- TECNOLOGIA modo da migliorare la capacità di produzione verso la crescita, la produttività e una superiore posizione internazionale. Ad esempio, la tecnologia ha permesso la verniciatura di tutti i prodotti in metallo, evitando le emissioni di CO2 nell'atmosfera;

- RICERCA E SVILUPPO, sforzandosi di essere un leader nel prodotto di design in grado di tutelare i propri prodotti con brevetti per l'idea, il design e le specifiche;
- PRODUZIONE E LOGISTICA per fare in modo che gli oltre 90.000 riferimenti della società siano adeguati alle esigenze tecniche di ciascun progetto, con una garanzia di efficienza e di qualità (veicoli di ultima generazione con il minimo di emissioni di gas inquinanti, imballo sostenibile, ecc);
- SALUTE SUL LAVORO sviluppando la qualità dei posti di lavoro che hanno una influenza decisiva sulla motivazione, le prestazioni e la salute delle persone. HEALTH AT WORK by developing quality work places which have a decisive influence on the motivation, performance and health of the people.

Pratiche iniziate

La maggior parte dei prodotti sono stati progettati e realizzati in conformità con la relativa normativa europea e seguendo un rigoroso controllo di qualità. Ciò ha portato l'azienda a:

- Adottare la norma IN ISO 14006:2011 sulla gestione ambientale per la progettazione e lo sviluppo del prodotto;
- Utilizzare del legno proveniente da foreste certificate e da specie rapidamente rinnovabili;
- Adottare del Certificato di Catena di Custodia, che garantisce che il legno utilizzato nel processo di produzione proviene da una fonte sostenibile; Essere parte di una certificazione Global Compact;
- Produrre documenti certificati sulla Dichiarazione Ambientale di Prodotto;
- Analizzare il ciclo di vita del prodotto (materiale, produzione, trasporto, uso e riciclo).

Risultati

ACTIU è stata la prima azienda europea in questo settore ad essere certificata con la certificazione LEED® GOLD dal Green Building Council degli Stati Uniti, per il proprio impegno nel campo della sostenibilità e delle responsabilità ambientale di costruzione grazie al proprio parco tecnologico, un complesso sostenibile di energia.

L'azienda è un esempio di sostenibilità in quanto i suoi processi comprendono:

- Raccolta dell'acqua attraverso un sistema di raccolta dell'acqua piovana con una capacità di 12 000 m3 di stoccaggio;
- Installazione solare che permette un'emissione di carbonio negativa con una produzione di energia di 7 milioni di Kw / anno, 6 volte più di quanto richiesto, grazie alla più ampia copertura vegetale solare industriale in Europa;
- Illuminazione intelligente ed efficiente, ottimizzando la luce artificiale; Reimpianto di migliaia di specie di piante autoctone. Replanting thousands of indigenous plant species.

Raccomandazioni

La sostenibilità inizia con l'incorporazione degli aspetti di efficienza energetica nel processo industriale, il miglioramento della qualità ambientale interna, un uso efficiente dell'acqua, lo sviluppo di spazi sostenibili e una selezione di materiali.

Conclusioni

ACTIU è un solido esempio che la sostenibilità non deve essere vista come un costo ma come un investimento che a breve ha impatti positivi sui risultati della società. LEED è una cultura, che promuove spazi sani ed accoglienti per i dipendenti. In questo modo una notevole riduzione delle emissioni di CO2, la conservazione delle acque e riduzione dei rifiuti sono attuate durante il processo produttivo.

Maggiori informazioni

Parque Tecnológico Actiu - Autovía CV. 80 - Salida Onil - Castalla P.O. BOX 11, P.C. 03420, Castalla, Alicante - SPAGNA

Tel: 0034 966 560 700

Parole chiave: energia, formazione, costruzione

Micuna (Spagna)

micuna
magic ideas for children



Descrizione della Società

Il MICUNA Group è stato fondato nel 1973. La sua attività principale era la produzione di lettini in legno. Per 30 anni è stato un faro nel settore dei mobili per bambini, che ha portato le culle in legno nel mercato, mentre i lettini metallici dominavano. L'azienda è diventata leader nazionale del mercato ed è attualmente la quarta società europea leader nella produzione di culle e di mobili per bambini. MICUNA svolge la sua attività, al fine di realizzare la propria missione: la protezione dei bambini. In linea con questa missione, MICUNA si fonda su diversi valori fondamentali: la solidarietà, la concorrenza leale, la sicurezza e il benessere dei lavoratori, il rispetto dell'ambiente, il sostegno alle mamme e alle donne che lavorano, la qualità, la sicurezza e il rispetto dei diritti dei minori.

Sotto-settori interessati

Il sotto-settore interessato è il seguente: mobili (2° trasformazione).

Costi	55.000,00 €
(e/o investimento, ritorno di investimento, indicatore di occupazione..)	3 armadi isolanti per prodotti acquosi e 3 pistole di applicazione

Processo di implementazione

Fasi del processo:

1. Definizione del progetto di investimento
2. Realizzazione dell'analisi tecnica
3. Definizione dei parametri economici
4. Selezione dei fornitori

5. Esperimenti ed aggiustamenti con il fornitore scelto
6. Installazione di trame nell'impianto
7. Prove di prodotti a base di acqua sulle superfici
Testing of water-based products on the surfaces

Le finiture più diffuse in mobili per bambini sono il bianco laccato ed il legno verniciato. Il punto più importante per la vendita di questi prodotti è di controllare la non tossicità della vernice utilizzata. Con l'obiettivo di garantire la sicurezza dei propri prodotti, l'azienda ha iniziato a utilizzare solventi a base d'acqua sulle superfici di legno, al fine di evitare la contaminazione e soddisfare gli standard di qualità. Ciò implicava cambiamenti nelle attrezzature e modifica degli impianti, al fine di lavorare con i nuovi prodotti.

Pratiche iniziate

L'azienda si è spostata dai prodotti a solvente ai prodotti a base di acqua. I rivestimenti per i prodotti in legno sono composti da resine, carichi di additivi, solventi e pigmenti spesso mescolati con elementi minerali. Quando evapora il solvente forma una pellicola o un rivestimento. Nel caso della soluzione acquosa, si ha un unico solvente, acqua, il che rende le finiture più conformi all'ambiente e al cliente.

The new practice has several advantages:

- Un contenuto organico volatile è molto più semplice e pulito da usare;
- I prodotti non hanno alcun odore pungente e aggressivo;
- L'utilizzo di vernici 'verdi' consente ai prodotti un accesso ai mercati internazionali che richiedono processi e materiali a basso impatto ambientale;
- L'utilizzo di vernici a base d'acqua evita di utilizzare imprese autorizzate per la gestione e il trattamento dei rifiuti pericolosi.

Alcuni limiti devono essere presi in considerazione se:

- Il cambiamento culturale interessato dal passaggio dai prodotti a solvente ai prodotti a base di acqua richiede che tutti gli attori della manifattura, produzione e processi di vendita conoscano la verità sui nuovi prodotti;
- Restano dubbi riguardo i tempi di asciugatura dei rivestimenti. L'asciugatura finale dei sistemi acquosi dipende dall'evaporazione del liquido, secondo due parametri: la temperatura e umidità dell'ambiente.

Risultati

L'utilizzo di vernici e lacche a base acqua permettono la riduzione fino al 90% delle emissioni di solventi rispetto alle vernici tradizionali. Ciò garantisce, inoltre, che i prodotti della società siano conformi agli obiettivi di sicurezza utilizzando vernici atossiche. I prodotti a base d'acqua hanno un costo, che può variare tra il 20% e il 40% a seconda del produttore. Tuttavia i benefici a medio termine che portano questi nuovi rivestimenti li rendono i prodotti redditizi per l'imprenditore. Inoltre, l'azienda sta entrando in nuovi mercati internazionali grazie a questa azione e ha un vantaggio competitivo attraverso la vendita di "prodotti verdi".

Raccomandazioni

Grazie agli investimenti in tecnologie di essiccazione, l'azienda ha raggiunto una maggiore produttività come risultato di una notevole riduzione dei tempi di essiccazione. Questo aumento della produttività ha risolto un'altra questione legata all'esistenza di prodotti che hanno mostrato una risultanza tecnica analoga a solventi tradizionali e ha portato a una diminuzione dei prezzi.

Conclusioni

L'adozione di una tecnologia alternativa ha dato all'azienda un grande vantaggio ambientale. Oltre a rispettare l'obiettivo di totale sicurezza dei mobili fabbricati, si è notata l'assenza di aumento dei costi di produzione. Diversi vantaggi possono essere indicati grazie all'utilizzo di prodotti all'acqua:

- Un'emissione più bassa di CO₂ in atmosfera;
- Un miglioramento della sicurezza e della qualità del lavoro;
- Una diminuzione dei rischi di incendio che significa maggiore sicurezza e una diminuzione dei premi assicurativi;
- La possibilità di pulire la macchina con acqua;
- Risparmi significativi in solventi;
- L'assenza di odore.

Maggiori informazioni

Prolongación Albufera, S/N - 46430 Sollana (Valencia) - SPAGNA

Tel: 0034 961 740 946. Email: info@micuna.com

Parole chiave: processi, Marketing

2. PROPOSTE INNOVATIVE

Menuiserie Thiebaud (Francia)



Per diversi anni l'approccio della carpenteria THIEBAUD ha implementato un approccio di eco-design al fine di soddisfare la crescente domanda di edifici passivi.

Tipo di innovazione

Risorse umane

Amministrativa

Energia

Tecnologico

Produttività

Competitività

Internalizzazione

Finanziario

Gestione del tempo

Risposte per Settore alla soluzione innovativa

Risorse umane

Amministrativa

Energia

Tecnologico

Produttività

Competitività

Internalizzazione

Finanziario

Gestione del tempo

Descrizione della Società

La carpenteria THIEBAUD è produttore di finestre e porte in legno o alluminio-legno. Grazie alla sua esperienza in finestre, THIEBAUD cresce sempre di più sul mercato degli edifici passivi.

Lo stato precedente della Società

Produttore di finestre e porte in legno-alluminio.

Soluzioni innovative

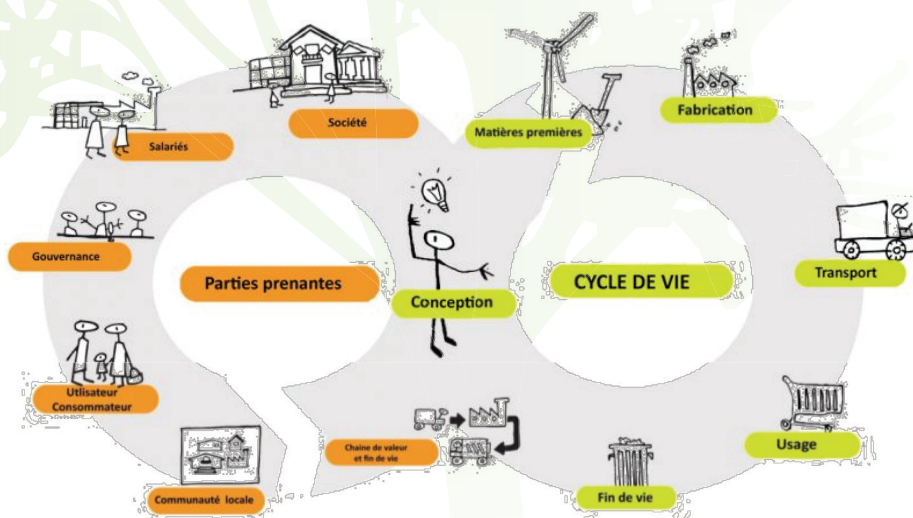
La società ha sviluppato e commercializzato un nuovo tipo di finestre - CAMELEWOOD® - con ridotto impatto ambientale tenendo in considerazione l'intero ciclo di vita delle finestre. La CAMELEWOOD è fatta di legno di abete (dell'area di Jura) con cornici interne così come cornici esterne colorate ecologiche che sono rimovibili e intercambiabili. Hanno un'ottima performance di sigillatura ed utilizzano una tecnologia unica di stratificati avvitati.

Questo è il primo prodotto francese ad essere etichettato "edificio passivo". Due anni dopo il suo primo lancio, rappresenta il 40% delle vendite dell'azienda.

Modi di implementazione

Questa finestra è il risultato di un approccio di eco-design che incorpora anche l'aspetto sociale dello sviluppo sostenibile.

Questo approccio si basa su due pilastri: il ciclo di vita del prodotto così come il coinvolgimento dei portatori di interessi. Ha lo scopo di identificare le aspettative e i bisogni dei diversi portatori di interessi nel ciclo di vita del prodotto: per ogni fase del ciclo di vita del prodotto o del servizio, è importante identificare come le diverse parti interessate siano coinvolte nel processo.



Riferimenti: www.eco-conception.fr

Così, ogni membro della carpenteria THIEBAUD partecipa al continuo miglioramento del prodotto e del processo produttivo esprimendo liberamente le proprie idee.

Risultati

Nuovi mercati; nuovi prodotti.

Raccomandazioni

Puntare su mercati ad alto valore aggiunto - come gli edifici passivi - al fine di aumentare la comunicazione e la visibilità del prodotto / azienda.

Conclusioni

La carpenteria THIEBAUD ha risposto a un mercato in crescita per la produzione di finestre in legno di alta qualità. La finestra CAMELEWOOD® risponde non solo alle esigenze di costruzione a basso consumo energetico, ma anche ad un livello ancora più severo: la casa passiva o casa senza riscaldamento.

Maggiori informazioni

www.fenetres-franc-comtoises.com

Parole chiave: Energia, Riciclaggio

Ikea France (Francia)



IKEA Francia ha recentemente implementato un servizio di riciclaggio di mobili al fine di estendere la vita dei suoi prodotti.

Tipo di innovazione

Risorse umane
Amministrativa

Energia

Tecnologico

Produttività

Competitività

Internalizzazione

Finanziario

Gestione del tempo

Risposte per Settore alla soluzione innovativa

Risorse umane
Amministrativa

Energia

Tecnologico

Produttività

Competitività

Internalizzazione

Finanziario

Gestione del tempo

Descrizione della Società

Distributore di mobili e arredamento per la casa.

Lo stato precedente della Società

Distributore di mobili e arredamento per la casa.

Soluzioni innovative

IKEA ha attuato nella primavera del 2013 un nuovo servizio di cambio parziale di mobili IKEA a fronte di buoni: "Dai una seconda vita ai tuoi mobili".

DONNEZ UNE SECONDE VIE À VOS MEUBLES

Riferimenti: www.ikea.com

Questo servizio è stato creato per promuovere il riutilizzo di arredi e quindi innalzare l'aspettativa di vita dei prodotti IKEA. L'arredamento è poi rivenduto in uno "spazio dove trovare cose buone" nei negozi IKEA.

Modi di implementazione

La valutazione positiva di questo approccio rafforza la volontà per il marchio di implementare ulteriormente la propria strategia sue "Persone e Pianeta positivi" che anticipa, per esempio, gli obblighi previsti nella legge di Grenelle 2 , che fissa l'obiettivo di riciclare il 45% dei mobili.

In un primo momento, questa iniziativa è stata temporanea; tuttavia, è diventato costante dal 1 ° gennaio 2014, in tutti i negozi del marchio.

IKEA è anche impegnata nel riciclaggio dei propri rifiuti operato attraverso questo stesso programma "Persone e Pianeta positivi". Nel 2013, più del 85% dei rifiuti prodotti dall'attività di IKEA è stato riciclato. Da agosto 2015, tutti i materiali utilizzati per la produzione di mobili - tra cui l'imballaggio - saranno realizzati con materiali rinnovabili, riciclabili o riciclati.

Risultati

Nuovi servizi; Comunicazione, attrattività; Riduzione dei costi.

Raccomandazioni

- Ripensare la fine della vita dei prodotti per mantenere i clienti;
- Pensare alla fine della vita del prodotto sin dalla fase di progettazione;
- Riutilizzare prodotti a fine vita per creare nuovi prodotti.

Conclusioni

Questa misura "Dai ai tuoi mobili una seconda vita" è un esempio della strategia di sviluppo sostenibile, messa in atto da IKEA e che sembra dare i suoi frutti, visto che, nel 2014, IKEA ha aumentato di più la sua attività nonostante le condizioni economiche attuali...

Maggiori informazioni

http://www.ikea.com/ms/fr_FR/this-is-ikea/people-and-planet/energy-and-resources/index.html

Parole chiave: Energia, Footprint / Blueprint, Riciclaggio, benefici di costo, Marketing

Johnny Grey Studio (Regno Unito)

JOHNNY GREY STUDIOS

Tipo di innovazione

Risorse umane
Amministrativa
Energia

Tecnologico
Produttività

Competitività

Internalizzazione

Finanziario

Gestione del tempo

Risposte per Settore alla soluzione innovativa

Risorse umane
Amministrativa
Energia

Tecnologico
Produttività

Competitività

Internalizzazione

Finanziario

Gestione del tempo

Descrizione della Società

Johnny Grey Studios è una piccola società di design del mobile che utilizza il legno come materia prima. Il progetto si rivolge a tutte le esigenze della famiglia.

Lo stato precedente della Società

Una società di design tecnologica per mobili.

Soluzioni innovative

Johnny Grey Studios propone una cucina di design (contro unità incorporate) per creare uno spazio di vita sostenibile ed ergonomica, con l'utilizzo del legno come materia prima.

Modi di attuazione

Johnny Grey Studio utilizza legno per personalizzare il progetto in base alle esigenze di spazio di vita dei clienti e legno di alto livello nella costruzione dello spazio abitabile e sostenibile.

Risultati

Nuovi concetti di design; Nuovo uso di materiale boschivo; alto livello di rifiuti di legno.

Raccomandazioni

Il legno è una risorsa rinnovabile di valore da considerare nella progettazione di spazio abitabile; Sfruttare gli angoli nella progettazione di interni; Diversificare i materiali meno utilizzati nel design.

Conclusioni

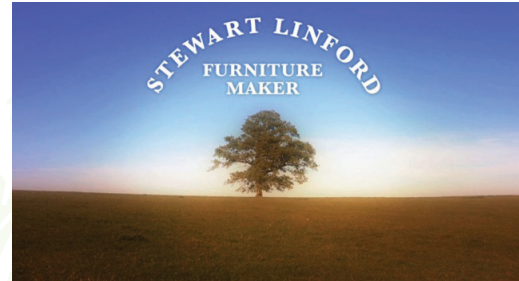
Johnny Grey Studios è in prima linea per l'utilizzo del legno nell'interior design. La determinazione dell'azienda di riuscire ha visto l'utilizzo ampio del legno in tutto lo spazio abitabile e ha creato una società di design di successo nel difficile momento economico in cui il legno come materiale era considerato costoso.

Maggiori informazioni

www.johnnygrey.com

Parole chiave: uso a cascata di legno; Footprint / Blueprint; Vantaggi economici; marketing

Stewart Linford (Regno Unito)



Tipo di innovazione

- Risorse umane
- Amministrativa
- Energia
- Tecnologico
- Produttività

Competitività

- Internalizzazione
- Finanziario
- Gestione del tempo

Risposte per Settore alla soluzione innovativa

- Risorse umane
- Amministrativa
- Energia
- Tecnologico
- Produttività

Competitività

- Internalizzazione
- Finanziario
- Gestione del tempo

Descrizione della Società

La Stewart Linford è stata fondata nel 1976 come una società di produzione di sedie. L'azienda è cresciuta e si è diversificata nel corso degli anni con la costruzione di soli elementi di arredo indicativi (come ad esempio un motivo personalizzato o un pezzo di scultura).

Lo stato precedente della Società

Vecchio edificio, non efficienza energetica, tecnologia vecchia, problemi di liquidità.

Soluzioni innovative

Stewart Linford si è trasferita in un moderno edificio a scopo di localizzazione e diversificazione della produzione. E si è anche ri-marchiata come Lusso nel Legno Ltd. e ha aggiunto come prodotti divani di qualità.

Modi di attuazione

Riposizionare; diversificare la produzione e i flussi di reddito (ad esempio, museo della poltrona).

Risultati

Nuovi prodotti; nuovi mercati; lavoro salvato.

Raccomandazioni

Discutere con direttori di banca; Identificare locali adeguati per il trasferimento - ad esempio vicino a una via di trasporto; Unire le forze con le società in situazioni simili, creare un gruppo.

Conclusioni

Il far fronte della Stewart Linford ai cambiamenti in atto nel mercato e alla necessità di aggiornare tecnologicamente e ridimensionare per adattarsi alla propria posizione ha permesso ad una società unica di sopravvivere alle difficoltà economiche.

Maggiori informazioni

www.stewartlinford.co.uk

Parole chiave: Vantaggi economici

Trada BM (Regno Unito)

BM TRADA

Tipo di innovazione

Risorse umane
 Amministrativa
 Energia
 Tecnologico
 Produttività

Competitività

Internalizzazione
 Finanziario
 Gestione del tempo

Risposte per Settore alla soluzione innovativa

Risorse umane
Amministrativa
 Energia
 Tecnologico
 Produttività

Competitività

Internalizzazione
 Finanziario
 Gestione del tempo

Descrizione della Società

BM TRADA fornisce una certificazione indipendente, collaudo, ispezione, formazione e servizi tecnici alle industrie che si basano sul legno. TRADA BM promuove l'uso del legno nell'industria edile britannica.

Lo stato precedente della Società

Fino a poco tempo fa, Trada BM forniva i propri servizi attraverso una serie di singole aziende: BM TRADA Certification Ltd, TRADA Technology Ltd, Chiltern International Fire Ltd (compreso Chiltern Dynamics), FIRA International Ltd (FIL) e una rete di uffici internazionali. Tutte le altre società stanno commerciando sotto lo stesso nome - BM TRADA - e adottano la nuova identità visiva.

Soluzioni innovative

Prima i consumatori; conseguire una solida reputazione attraverso una marca; minimizzare i costi.

Modi di attuazione

Limitare impegni finanziari per ridurre al minimo l'uscita di cassa e il rischio di bilancio; Ridurre al minimo le emissioni di CO2 dell'attività, dipendenti e clienti; Innovare per massimizzare il fattore globale "benessere" per i servizi forniti.

Risultati

BM TRADA ha modernizzato la sua immagine e combinato i suoi punti di forza, senza danneggiare i suoi valori, i dipendenti e l'integrità dei suoi servizi.

Raccomandazioni

Rivedere la lista dei clienti della società; Identificare il declino nelle attività ripetitive; Riesaminare il messaggio aziendale e il marchio; Lavorare con le parti interessate; Proporre soluzioni praticabili che non danneggino il core business.

Conclusioni

Le aziende hanno bisogno di tanto tempo per rivedere le proprie attività e le relazioni con i clienti per identificare se le identità individuali creano confusione nella comunicazione, e che, in un settore di business già complesso, la chiarezza e la semplicità nelle comunicazioni è rara, ma preziosa. Dovranno essere considerati i passaggi verso un'unica identità per rafforzare l'attrattiva della società.

Maggiori informazioni

www.bmtradagroup.com

Parole chiave: Formazione; marketing

Dicembre 2014

Coordinamento per la pubblicazione

POUR LA SOLIDARITÉ – PLS
European think & do tank

www.pourlasolidarite.eu



www.wood2good.eu