



La Dimensione di Esperienza soggettiva Visual Merchandising alla EuroShop 2020

Manichini: la sostenibilità ha molte possibilità!

Alla EuroShop che si terrà a Düsseldorf, dal 16 al 20 febbraio del prossimo anno, i manichini stravaganti, di alta qualità, saranno, come lo sono sempre stati, un magnete per i visitatori ed si confermeranno essere insostituibili per il commercio della moda. È soprattutto nella vetrina del negozio che essi costituiscono uno strumento di coinvolgimento emotivo che spesso fa decidere il cliente se entrare o meno in un negozio. Tuttavia, al momento, l'attenzione è rivolta verso un altro aspetto del manichino, del tutto diverso: la sostenibilità. Qui si delineano differenti prospettive, materie prime riciclabili o ristrutturazione di vecchie figure fuori uso. Ma ci sono ancora altre possibilità, attualmente non tanto popolari: il trasferimento della produzione in Europa, il miglioramento dell'efficienza dei trasporti ed una maggiore durata dei manichini.

Fino al 1930 e dopo la guerra fino agli anni '50, i manichini delle vetrine erano realizzati in cera o cartapesta. Da allora, la maggior parte di queste figure, in tutto il mondo, sono realizzate in poliestere rinforzato con fibra di vetro impregnato di resina (GFK). Le figure provengono dalla produzione di massa in Estremo Oriente, il design e l'affinamento sono fatti principalmente in Europa. Secondo lo stato attuale delle conoscenze, la materia plastica rinforzata con fibre di vetro temprato è considerata innocua per la salute. Il materiale, sebbene biologicamente degradabile solo a lungo termine, non rappresenta un rifiuto pericoloso.

Tuttavia, durante la lavorazione della resina e della fibra di vetro è necessario prestare attenzione nel processo di fabbricazione. Una manipolazione errata, insufficienti impianti di aspirazione o filtri inadatti negli impianti di produzione possono essere problematici per la salute e contribuire alle emissioni di gas a effetto serra.

EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020

www.euroshop.de


Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland


Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

In alternativa i manichini vengono realizzati in polipropilene (PP). Il polipropilene non ha bisogno dei plastificanti nocivi ed è quindi considerato meno dannoso per la salute. Tuttavia, anche qui vengono impiegati prodotti chimici. Figure prodotte con il polipropilene (PP) sono più economiche, ma per quel che riguarda la loro resistenza e dettagli sulla capacità rimangono tuttavia inferiori alle figure in fibra di vetro. Entrambe le materie plastiche sono riciclabili. I manichini non appartengono di sicuro alle discariche. La plastica non si decompone come il normale materiale organico da compostare, ma se non trattata adeguatamente, rimane con uno smaltimento improprio come rifiuto di plastica per molti decenni.

La riduzione delle emissioni di CO2 nella produzione di figure è l'obiettivo che si è prefissato il produttore italiano Bonaveri. Sotto il motto: "Fashion comes and goes, but nature will always remain – La moda va e viene, ma la natura rimane sempre" questa azienda nel 2016, ha lanciato sul mercato, una figura costituita per il 72% da una "bioplastica" a base di canna da zucchero, la cosiddetta B Plast®. Inoltre la figura è dipinta con vernici a base di olio di arancia (B Paint®). Il restante 20% della materia prima è costituito da materie plastiche, che al momento sono necessarie per la stabilità del prodotto. Con questa composizione di materiali, Bonaveri offre un'alternativa equivalente alla figura realizzata completamente in plastica, in termini di durata e stabilità, ad un costo aggiuntivo di appena il 10% rispetto al manichino prodotto in modo convenzionale. Con questo, Bonaveri, nel 2016, riduceva già del 25% l'emissione di CO2 nell'intera catena del valore delle figure. "E si sta ancora lavorando duramente per l'ulteriore ottimizzazione del prodotto", dichiara il Dr. Marzia Ricchieri, Business Development Manager. In quest'attività di sviluppo, Bonaveri viene supportato da Istituti indipendenti come il **Politecnico di Milano**, in modo che l'intero ciclo di vita del manichino venga certificato da Istituti indipendenti.

Alcuni produttori, ritirano i manichini da loro smerciati e li smaltiscono professionalmente. Altri produttori, offrono alternative per lo smaltimento, per la ristrutturazione e quindi per il loro ritorno al ciclo di utilizzo.

Anche Andreas Gesswein, proprietario di Genesis Mannequins, fa ricerche da molti anni nel campo della sostenibilità. Ha prodotto e testato figure intere realizzate con fibre naturali come lino, cocco, bambù, juta,



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020
www.euroshop.de



viscosa e fibre di legno.

“Le figure completamente compostabili esistono già – i prezzi ed le restrizioni per quel che concerne la stabilità non sono ancora pronti per il mercato,” dichiara Gesswein.

Trasporto contaminato da emissioni

Ad esempio l'azienda sveva Vertex, ha progetti concreti nel cassetto per la produzione di manichini in Germania, che eliminerebbero l'inquinamento del trasporto dall'Estremo Oriente. Però qui mancano ancora i segnali di consenso da parte dei commercianti, disposti a pagare il prezzo di tali manichini prodotti in modo sostenibile.

Nella sua attività di sviluppo, Andreas Gesswein trae consiglio dall'Istituto Fraunhofer Wilhelm-Klauditz-Institut, WKI. È stato proprio questo a dimostrargli che, per la produzione di manichini, la fibra di vetro possiede ancora le migliori proprietà di resistenza e, nel momento in cui i singoli componenti del manichino da esposizione in disuso, vengono separati in modo pulito, l'uno dall'altro, essi possono essere riciclati. Oggi i manichini Genesis sono realizzati in fibra di vetro e bio resina e la verniciatura superficiale è a base d'acqua. Questo è importante perché a differenza di una figura dipinta, da cui non è più possibile separare il colore dal materiale base, è così possibile ed anche sensato, smontare tutte le sue parti componenti e riciclarli.

Nel processo di riciclaggio ed esaminando in generale l'impronta di CO2, è necessario considerare anche il consumo di energia. I critici del riciclaggio sono dell'opinione che anche in questo caso vengano rilasciate quantità considerevoli di gas ad effetto serra. Anche per quanto riguarda l'approvvigionamento delle materie prime, i nuovi sviluppi, come ad esempio il manichino costruito da Bonaveri, a base di canna da zucchero, possono essere visti con criticità. I produttori sono comunque tutti concordi su un punto: non esiste una legislazione chiara che imponga ai produttori di fornire informazioni comparabili sull'intera catena del valore.

Un altro noto produttore di figure è la ditta Moch di Colonia. Il produttore con una storia aziendale di 112 anni, tra tutti i suoi campi di attività, ha deciso di dedicarsi particolarmente al rinnovo dei manichini. Secondo



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020
www.euroshop.de



l'opinione del proprietario Dr. Josef Moch, è sostenibile ciò che è durevole perchè di alta qualità. "La vera sostenibilità si ottiene con la non-utilizzazione delle risorse" afferma Moch.

"Una possibilità è la ristrutturazione di manichini usati. Per i nostri clienti. Questa è una soluzione moderna e dai prezzi ragionevoli. Inoltre creiamo così nuovi posti di lavoro."

Una nuova vita

I manichini restaurati con nuove facce e verniciature possono assolvere il loro compito per altri 20 anni. Le figure di Moch hanno dato una "nuova vita" a migliaia di manichini. Li si incontrano nelle filiali di catene di negozi in tutta l'Europa. Viaggi effettuati a vuoto per la raccolta e la consegna vengono evitati attraverso una buona pianificazione e cooperazione con la concorrenza.

Un completo ecobilancio del riutilizzo e del rinnovamento dei manichini è probabilmente complesso e stimolante quanto la valutazione dei processi di produzione e di riciclo.

Secondo Gesswein, i manichini Genesis hanno una vita dai 10 ai 20 anni, a seconda di come vengono trattati. Tuttavia, il design della figura è soggetto alla moda. "Per i marchi molto attivi ed attenti alla moda, una figura nell'area principale viene solitamente impiegata solo dai tre ai cinque anni," afferma Andreas Gesswein.

Tuttavia, Danny Bonami, proprietario dell'omonima ditta belga, fa affidamento sull'eternità del design e quindi sulla longevità delle sue figure. Offre al cliente che usa le sue figure a lungo termine, un design senza tempo. I volti magneticamente intercambiabili assicurano anche un rapido cambiamento di Look & Feel.

Anche l'istruttore di visual merchandising, Karin Wahl, ritiene inoltre che i manichini, nel commercio della moda, siano insostituibili: "Solo sui manichini si riesce a vedere come cadono i vestiti". I manichini hanno quindi trovato il loro posto fisso nel commercio al dettaglio e gli sforzi dei produttori per creare soluzioni sostenibili, sono chiaramente riconoscibili. Essi seguono approcci diversi. Tuttavia, a causa delle difficili condizioni quadro tuttora esistenti, come la suddetta mancante legislazione, non è possibile al momento, identificare soluzioni di sostenibilità semplici e complete.



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020

www.euroshop.de



“Se si considera ad esempio, che un marchio che gestisce 100 negozi, ha 5 manichini per ogni negozio, questo dispone complessivamente di 500 manichini, realizzati con materie plastiche a base di petrolio greggio,” dichiara il Dr. Ricchieri. “Ai clienti deve essere illustrata l'importanza di figure sostenibili.” Bonami ritiene che questo sia un compito importante, in cui si investe molto. Pertanto, non sorprende il fatto che Bonami presso il proprio stand, dedicherà un'intera area al “tema verde”.

La EuroShop 2020 comprende complessivamente circa 127.000 m² netto in 16 padiglioni ed è aperta ai visitatori specializzati da domenica 16 febbraio 2020 a giovedì 20 febbraio 2020, giornalmente dalle ore 10.00 alle ore 18.00. Il costo del biglietto d'ingresso giornaliero è di 80 Euro (60 Euro prevendita online (e-ticket), il biglietto d'ingresso per due giorni costa 120 Euro (100 Euro prevendita online) ed il prezzo di una tessera d'ingresso permanente è di 180 Euro (150 Euro prevendita online). I biglietti d'ingresso includono il viaggio gratuito da e verso la fiera EuroShop con i mezzi di trasporto del VRR (Verkehrsverbund-Rhein-Ruhr). www.euroshop.de. www.euroshop.de

Assicuratevi di consultare anche la rivista online di EuroShop che presenta notizie, interviste, relazioni, articoli tecnici, studi, gallerie fotografiche e video relativi ad argomenti e tendenze nella comunità internazionale, di vendita al dettaglio, durante i 365 giorni dell'anno. mag.euroshop.de

Contatto Stampa:

Dr. Cornelia Jokisch (Senior Manager Press & PR),
Tanja Karl (Junior Manager Press & PR)
Tel.: +49 (0)211/4560-998/-999
Fax: +49 (0)211/4560-8548
Email: JokischC@messe-duesseldorf.de
KarlT@messe-duesseldorf.de

Aggiornato: novembre 2019



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020
www.euroshop.de

