

SOSTENIBILITÀ, TECNOLOGIA, COMUNICAZIONE DA WOOD EXPERIENCE LA ROAD MAP PER IL FUTURO DELLA FILIERA LEGNO

Si conclude oggi, con gli ultimi convegni dedicati a un'analisi economica sul futuro della filiera del legno e una summa delle qualità umane e strutturali delle costruzioni residenziali in legno e paglia, la quattro giorni di Wood Experience, il business del legno in ogni sua declinazione in fiera a Verona dal 27 al 30 ottobre 2021.

Un evento strategico sia per gli addetti ai lavori sia per i clienti interessati a soluzioni edili, di arredo ed energetiche alternative a quello che da decenni ormai è il mainstream sui rispettivi mercati. Gli espositori convenuti coprono, con le loro rispettive attività, ogni applicazione e ogni servizio legato al legno, a partire dalla sua lavorazione fino al prodotto finito e alla sua trasformazione. Un materiale versatile, duttile ed elegante protagonista di un'infinità di declinazioni e utilizzi, che all'osservatore più attento sa impartire lezioni preziose.

La più importante raccolta nei quattro giorni di Wood Experience, e riportata diffusamente dagli esperti e relatori dei molti eventi, convenuti per l'occasione, è sorprendente nella sua semplicità e nella sua energia: l'esigenza di rielaborare, di ripensare il legno in ogni sua forma, imparando le lezioni della tradizione ma aprendosi alle applicazioni, virtualmente infinite, del materiale nel mercato contemporaneo.

«Abbiamo riunito con questa manifestazione le tre filiere fondamentali legate al legno: la filiera legno-edilizio, la filiera legno-arreda e quella legno-energia – spiega **Raul Barbieri**, direttore generale Piemmeti -. Gli espositori hanno manifestato soddisfazione per la possibilità che hanno avuto di riprendere il loro business dopo due anni di crisi, conoscere nuovi clienti e aprirsi alle nuove potenzialità del mercato».

Tecnologie futuribili e sapienza artigiana

Dalla robotica alla sapienza della carpenteria: nel programma di Wood Experience ogni necessità del legno è espressa in un connubio straordinario di know how e tecnologia in una straordinaria opportunità di dialogo interdisciplinare.

Dalle massime espressioni della tecnologia, come i centri di lavoro robotizzati della Hundegger, le pellicolatrici 4.0 Ecosys o i macchinari per la finitura, le spazzolatrici e impregnatrici della Sarmax. Ci si rende conto che la più elevata tecnologia è ispirata alla sapienza artigiana, oltre a convivere, negli stessi spazi di Wood Experience con competenze di squisito umanesimo come il design, la declinazione innovativa e pratica del legno. Una simile sinergia fra alta tecnologia e artigianato, fra digitalizzazione e inventiva umana, pone l'esigenza di ripensare persino il concetto stesso di legno, la natura del materiale nel nostro immaginario.

Il legno come materiale tecnologico

L'attenzione alle esigenze più sentite nella società contemporanea come la sostenibilità, la tutela della biodiversità, il riciclo e l'energia rinnovabile, e la capacità di fondersi con le più moderne tecniche non solo industriali ma costruttive e progettuali rendono il legno, sia in termini di filiera che nella sua stessa essenza, uno dei materiali a più alto contenuto tecnologico presenti sul mercato. Questa stessa idea, condivisa da chiunque operi nel settore o ne fruisca, ha rappresentato la degna apertura di Wood Experience per la presentazione, mercoledì 27 ottobre, del manifesto per il "Legno risorsa per una crescita sostenibile".

Nel documento, presentato da personalità di spicco del settore come **Maurizio Danese**, presidente Veronafiore, **Aldo Rebuli**, presidente Piemmeti spa, il professor **Franco Laner** e molti altri, si sottolineano le peculiarità che rendono il legno un materiale proiettato nel futuro.

Dalla già citata tutela della biodiversità alla sua essenza di risorsa energetica per il pianeta, dal suo impiego come materiale innovativo e versatile a sostituzione della plastica e materiali petrolio-derivati, a quello come risorsa efficiente e sicura per l'edilizia, fino alla necessità che porta con sé per una spinta all'educazione, la ricerca e la cultura.

Un mercato da ripensare

Proprio gli ultimi due punti, edilizia ed educazione, sono strategici nella rielaborazione e nell'istituzione di prassi virtuose a sostegno di un mercato in piena crescita: l'edilizia sostenibile basata sul legno. Le caratteristiche di versatilità e di efficienza energetica del legno nel suo impiego edile sono straordinarie e sotto gli occhi di tutti, ma spesso il quel campo esso viene utilizzato con una leggerezza che rischia di causare problemi tangibili non indifferenti, che in ultima analisi scoraggiano l'affermarsi del mercato.

L'allarme è lanciato dall'architetto **Franco Laner**, stimatissimo professore dell'università IUAV e virtuoso della progettazione e della manutenzione di strutture architettoniche in legno, che rileva come troppo spesso il legno sia trattato come materiale costruttivo del tutto accomunabile al calcestruzzo, tralasciando eccessivamente le esigenze specifiche del materiale e generando problemi strutturali potenzialmente fatali alle strutture di nuova realizzazione.

L'appello è a una maggiore formazione delle maestranze coinvolte nel settore edile basato sul legno, con un'attenzione più pressante alle tematiche della supervisione periodica e alla manutenzione delle strutture preesistenti. Solo in questo modo, ha sostenuto Laner, si dà ai clienti una ragione tangibile e inappellabile per avere fiducia nel legno come componente principale di una cosa preziosa come la propria abitazione.

Comunicare il legno: costruire un mercato

Un ragionamento più organico e onnicomprensivo prevede anche la più basilare delle

idee: il prodotto migliore del mondo non ha mercato se non viene comunicato nel modo giusto.

Ripensare il legno significa anche ripensare al modo in cui esso viene comunicato, e in Wood Experience si è data una summa delle nuove tendenze in tal campo sulla scorta dell'esperienza di **Aurelio Chinellato** e **Claudio Noventa** di Ultrarkitettura e **Luca Barbieri** di Blum Vision.

In un momento storico in cui si pone un accento tanto marcato alla sostenibilità ambientale e all'idea di "green economy", il legno è il materiale perfetto per le sue qualità intrinseche, tanto da non aver bisogno di richiamare in continuazione alla sua eco-sostenibilità nella comunicazione che se ne fa. Per questo, nel caso del legno, il rinnovamento passa attraverso straordinarie possibilità di sperimentazione.

Un'esigenza di rinnovamento che parte dal primo elemento comunicativo di un'azienda, il target. Le aziende del settore necessitano di una comunicazione veloce, razionale, frammentata ed efficace, adatta a un'audience composta ormai da nativi digitali. Sulla scorta di questa riflessione si instaura una più ampia riflessione sul logo e sulla pubblicità, che si smarca dalle esigenze continue di rimando all'ecosostenibilità e dai cliché, spaziando nel campo dell'astrazione per comunicare le mission aziendali e dell'essenzialità inclusiva nella grafica per quanto riguarda la comunicazione pubblicitaria.

Infine, l'esigenza per le aziende di trasformarsi in testimoni privilegiati del loro specifico settore attraverso una strategia editoriale che preveda la pubblicazione autonoma di contenuti culturali, l'approfondimento di stampo giornalistico, i rapporti coi media e la partecipazione o la creazione di eventi. Una strategia che paga sul medio-lungo periodo, ma che nei suoi effetti di fidelizzazione ha uno straordinario ritorno in termini di costruzione di un futuro di crescita costante e sostenuta.