



Sostenibilità globale nel settore dei giochi

Clementoni consolida il marchio “Play for future” nei prodotti e nei processi aziendali

*Enrico Santarelli, Chief Marketing Officer & Commercial Director Italy di Clementoni:
“Per Clementoni la sostenibilità è rispetto per la natura e l’ambiente, attenzione alle relazioni tra le persone e confronto costruttivo con le nuove tecnologie”.*

L’azienda

Clementoni nasce nel 1963 a Recanati dall’idea di Mario Clementoni, che amava dire “*Il gioco è una cosa seria. Non bisognerebbe mai smettere di giocare, specialmente quando si diventa grandi*”. Così seria che in quasi sessant’anni Clementoni è diventata la quarta azienda sul mercato italiano, con sette linee di prodotto, per bambine e bambini da 0 a 90 anni, un fatturato di 211 milioni, realizzato al 30% in Italia, il restante in Europa e nel mondo. Degli oltre 600 dipendenti, il 50 % sono donne.

La strategia aziendale punta da sempre sull’innovazione per realizzare una gamma ampia e articolata di giochi, praticamente tutti ideati, progettati e sviluppati internamente nella sede di Recanati da un team interdisciplinare, composto da donne e uomini con background assolutamente variegati: dall’economia all’ingegneria, passando per la grafica, il design, l’informatica, le lingue, le tecnologie, etc. Nella convinzione che idee e creatività non siano riconducibili a un mansionario, l’innovazione di Clementoni è aperta verso l’esterno e distribuita all’interno dell’azienda, attenta alle proposte di dipendenti e collaboratori e al rapporto con l’università e gli enti di ricerca, le start up e i fornitori. L’innovazione per Clementoni è anche attenzione alle problematiche del contesto in cui viviamo, ai cambiamenti in atto, alle grandi sfide della società, ed è così che sono stati ideati giochi come “Superscienze” contro i pregiudizi di genere o una recente versione del popolare gioco di memoria per bambini “Famiglie”, che con 40 carte illustrate racconta tutte le famiglie, diverte con il tema dell’inclusività, rompendo i modelli predefiniti.



Clementoni vicina all'ambiente

Clementoni è uno dei principali interpreti dell'apprendimento attraverso il gioco e riveste quindi un ruolo sociale importante anche per la diffusione di valori e concetti chiave per il futuro della società. In questa prospettiva nel 2019 abbiamo lanciato sul mercato Play For Future, una gamma di prodotti sostenibili, realizzati interamente con materiali riciclati.

Nel 2020 alla New York Toy Fair Clementoni è stata presentata come caso di successo sull'ecosostenibilità.

I giochi "Play for Future" sono:

- Prodotti in Italia, nella fabbrica di Recanati;
- Confezionati in scatole certificate FSC®;
- Composti (i.e. almeno l'80% del peso dei componenti) in carta e/o cartone 100% riciclati;
- Composti (i.e. almeno l'80% del peso dei componenti) in plastica almeno all'80% riciclata;

Un ampio concetto di sostenibilità

In Clementoni ci impegniamo attivamente ad avere un impatto positivo sull'ambiente, ma anche a creare un futuro sostenibile per le persone. Per questo estendiamo il nostro impegno anche alla **comunità** attraverso una filiera responsabile per dare valore al territorio e alle persone; alle **persone** coltivando il rispetto e benessere prima di tutto; ai **bambini** affinché tutti abbiamo le stesse possibilità.

Ed è questo, a nostro avviso, il grande potere del gioco: quello di far divertire tutti, nessuno escluso, ognuno con i suoi tempi e a proprio modo, ma sempre con le stesse possibilità.

Nel 2021 Clementoni ha ricevuto il premio **Sustainability Award**, un importante riconoscimento riservato a quegli imprenditori italiani che hanno dimostrato di portare avanti una crescita sostenibile, inclusiva e stabile, creando valore aggiunto anche per la comunità.

Benefici

I benefici dell'approccio globale alla sostenibilità si concretizzano in numeri. Gli interventi sul prodotto e sul processo hanno consentito di ridurre l'uso del legno (873.288 alberi salvati), le emissioni di anidride carbonica (riduzione equivalente alle emissioni in un anno di 39.872 auto), il consumo di acqua (una riduzione pari al consumo in un anno di 333.654 lavatrici), i rifiuti prodotti (equivalenti ai rifiuti giornalieri di 1.995.827 persone), l'uso di plastica vergine (equivalente alla plastica necessaria per produrre 23.707.929 bottiglie da 500ml).