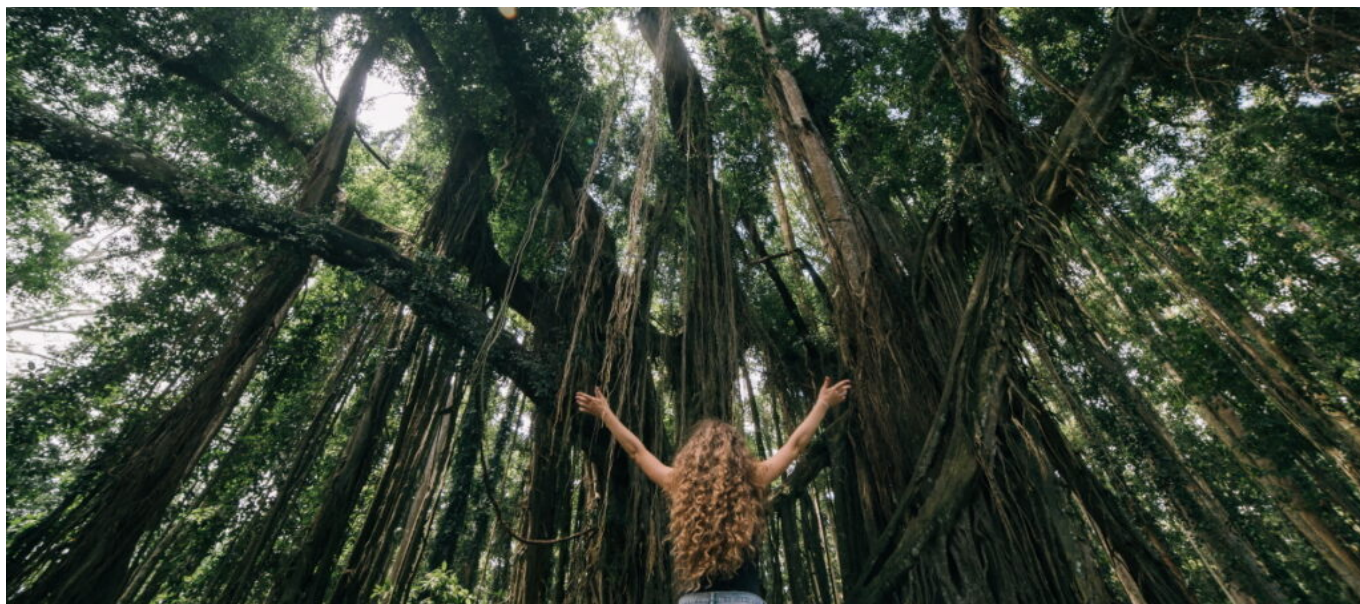




Deesup, 4 modi per essere sostenibili

La startup ha lanciato il suo manifesto, con un programma per aiutare a preservare la foresta amazzonica

In questi anni la [nostra esplorazione del mondo delle startup di design](#) ci ha portato ad analizzare **diversi approcci al mercato** e diversi modi d'interpretare il ruolo delle giovani imprese rispetto alla **domanda di sostenibilità**. Abbiamo scoperto palesi fenomeni di *greenwashing*, corse alla riduzione degli impatti imposte esclusivamente da vincoli normativi, prototipi ancora sulla carta spesso spacciati per soluzioni pronte per essere commercializzate. Molte startup digitali si sono **auto-dichiarate eco-friendly per il semplice fatto di non essere coinvolte in processi produttivi tradizionali**, come se l'economia digitale e ogni singolo click fossero esenti dal consumo di risorse. Nel caso dei *marketplace*, abbiamo selezionato e monitorato realtà interessanti per modelli di business, ma ampiamente lontane dal potersi definire impegnate in processi di transizione ecologica.

Un manifesto e 4 ambiti

Per questa ragione il **manifesto di sostenibilità** lanciato nel mese di novembre da , il **marketplace specializzato per l'acquisto e la vendita di oggetti iconici di design di seconda mano**, risulta originale e proposto in maniera trasparente, grazie a una chiara direzione programmatica dove la startup ha tracciato i **quattro principali contesti in cui operare attivamente**: consolidare l'inclusività e l'impegno sociale; innovare il modello di consumo del design di alta gamma; ridurre l'impatto ambientale; educare e sensibilizzare la community.

Con l'intento d'**innovare il modello di consumo del design di lusso**, Deesup valorizza gli arredi di design second-hand, estendendone il ciclo di vita e **introducendo il valore etico del riuso**. Per ridurre l'impatto ambientale, a partire dal contenimento degli smaltimenti e delle relative emissioni di CO2, fino alla gestione delle spedizioni, Deesup è già **partner del programma GO GREEN promosso da DHL**. Nel manifesto, e nel suo conseguente sviluppo pratico, Deesup s'impegna nel sensibilizzare la community sui temi della sostenibilità, fronte sul quale la startup è attiva divulgando contenuti e offrendo un canale per stimolare gli utenti a stili di vita e comportamenti di acquisto sostenibili.

Il marketplace opera online come abilitatore anche per la vendita, mettendo a disposizione di distributori e produttori un canale digitale e innovativo per valorizzare pezzi iconici da esposizione, ma anche articoli rientrati da fiere e shooting fotografici; il tutto, per **favorire il riuso di prodotti già usciti dal ciclo produttivo**.

Forest Mounth per la tutela della foresta amazzonica

Oltre al manifesto di sostenibilità, Deesup ha avviato **un'azione concreta di tutela di un'area della foresta amazzonica** in collaborazione con LifeGate e con le onlus ICEI e AVIVE. Per celebrare il manifesto e coinvolgere la propria community,

infatti, divulgando il messaggio a una platea ancora più estesa, fino al 30 novembre è stata lanciata l'iniziativa del **Forest Month**. La scelta è ricaduta sull'undicesimo mese dell'anno, caratterizzato dalla consueta corsa agli acquisti che culmina con il Black Friday, e vuole essere un **segnale forte per i consumatori nel compiere scelte più responsabili verso l'ambiente**.

Per tutto il mese di novembre, quindi, cliccando su sarà possibile contribuire individualmente alla salvaguardia di 50 mq di foresta e conoscere via via lo stato di avanzamento dell'ammontare di superficie tutelata, grazie al contributo di tutti i partecipanti. L'azione è ulteriormente simbolica se si considera che il legno rappresenta una delle materie prime più utilizzate dalla filiera dell'arredo. Il mira infatti alla tutela e conservazione di 100.000 mq di foresta nell'Amazzonia brasiliana.

About Author



[Ubaldo Spina](#)

Ricercatore, Industrial Designer e BDM presso CETMA (www.cetma.it), si occupa di design research e servizi di design e innovation management. Consulente di startup, PMI e Grandi Imprese, con focus sulla gestione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e fornitura di servizi avanzati di progettazione concettuale e strategica, ingegneria, prototipazione e protezione IP. Esperto europeo nella ricerca di "Tecnologie emergenti per il design" e membro dello Steering Board del progetto

WORTH, il più grande incubatore europeo finanziato all'interno del programma COSME per la creazione e il supporto di collaborazioni transnazionali tra designer, PMI e technology provider, è membro della Commissione "Ricerca per l'impresa" dell'ADI - Associazione per il Disegno Industriale. Per conto del Joint Research Center della Commissione Europea, ha co-curato il rapporto "Innovation Ecosystems in the Creative Sector: The Case of Additive Manufacturing and Advanced Materials for Design". Il suo gruppo di lavoro ha ricevuto diverse segnalazioni ADI Design Index, due Menzioni d'Onore e il Compasso d'Oro ADI per il veicolo a guida autonoma OMNIAGV. Docente nell'ambito delle attività didattiche magistrali della "24ORE Business School, coordina la pagina Design de "Il Giornale dell'Architettura" e le rubriche giornalistiche "SOS Design" (Design for Emergencies), "Design&Startup" e "Professione Designer".

[See author's posts](#)

 [Condividi](#)