



Etica & Business, da utopia a realtà

Il Caso REGENESI SRL

27 settembre 2010

The New Way to Make Business!



Regenesi: il bello è sostenibile

“Trasformiamo i rifiuti in bellezza perché non c’è antitesi fra funzionalità, eco-compatibilità e bellezza. Pensiamo che dalla società dei consumi e dallo spreco possa nascere qualcosa di bello ed utile”

Regenesi: Attività

Regenesi idea, produce e commercializza oggetti di design innovativi – di elevato standard qualitativo – realizzati con materiali di ***riciclo post-consumo***.

Promuove quindi una ***bellezza sostenibile***, rappresentando un vero e proprio stile di vita.

Regenesi: valori aziendali

- **ecologia/riciclo**
- **cultura italiana**
- **creatività**
- **innovazione**
- **bellezza**
- **etica**

Sul mercato da marzo 2009, Regenesi è la prima realtà nel settore design e fashion a investire al 100% sul concetto di sostenibilità.

Regenesi: posizionamento

- ***Fascia di mercato:*** lusso accessibile
- Prodotti ad elevato contenuto estetico, tipici del Made in Italy, ma innovativi perché pensati per rispettare l'ambiente

Regenesi: brand equity

- La **missione** Regenesi è “*promuovere il piacere di un design sostenibile*” (da cui il pay off del brand: *il bello è sostenibile*).
- I **benefici** che Regenesi offre ai suoi consumatori sono il *piacere del design made in Italy* ed il *rispetto del futuro*.
- I **punti di differenziazione** verso gli altri players del mondo del design Italiano sono proprio la *sostenibilità* insieme alla *facilità e piacevolezza della shopping experience*.
- L'**immagine** di Regenesi dunque è quella di un brand etico, positivo, elegante e con stile, che sa apprezzare il futile pur essendo solido.

Regenesi: Fattori Critici di Successo

- prodotto nuovo, concepito da design, di tendenza
- servizi, complementari ai prodotti, per offrire uno stile di vita (eventi, musei, merchandising, blog, community, etc..)
- mercato globale
- flessibilità dell'organizzazione
- Distribuzione (concept store on line)

Regenesi: Target/1

Consumer:

persone evolute, attente alle tendenze di moda e costume, 30/45 anni, reddito medio-alto, professionisti/manager, con cultura medio-alta e sensibilità ai temi etici

Sono persone che vivono nelle metropoli e che si spostano frequentemente. Credono in valori legati al concetto di ecosostenibilità, al quale sono disposti anche a riconoscere un valore economico, ed amano circondarsi di oggetti di design che appaghino il loro desiderio di bellezza.

Regenesi: Target/2

Business:

- aziende certificate ISO 14001, Emas, SA8000
- aziende che vogliono far leva su ecologia per posizionarsi sul mercato
- contract (hotel, Spa, lounge bar, restaurants...)
- aziende italiane pubbliche o con parte di capitale pubblico che devono soddisfare il 30% degli acquisti con prodotti “verdi” (Decreto ministeriale 8 maggio 2003, n. 203). All'estero, “green public procurement”.

Aziende che, volontariamente o per ottemperare a normative di settore, percepiscono come un valore l'ecosostenibilità e ricercano prodotti in grado di dare visibilità a tale valore aziendale.

Regenesi: linee di prodotto

- Oggettistica home (da interno e da esterno)
- Food
- Luci
- Stationery ed oggettistica office
- Sedute
- Kids
- Accessori moda
- Gioielli
- Packaging nostri prodotti

Regenesi: materie prime

I materiali di **post-consumo** vengono impiegati non solo in modo utile, sano e corretto, ma anche per dare vita a qualcosa di **bello** e di tendenza.

Alluminio, vetro, plastica, pelle, cartone sono trattati con processi di lavorazione innovativi, che garantiscono identici standard di **qualità** rispetto alle materie prime vergini

Regenesi: organizzazione

- Piatta
- Flessibile
- Knowledge oriented
- Valore strategico del network
- Advisory Board

Regenesi: Network come valore strategico

- Advisory Board
- Fornitori
- Università
- Community

Il concetto di rete viene replicato in ciascun ambito strategico d'impresa: compagine sociale, prodotto, competenze, cliente

Regenesi: Advisory Board

- **Obiettivo:** supportare lo sviluppo dell'azienda attraverso la creazione di momenti di confronto strutturato tra persone con competenze in settori/attività adiacenti finalizzate a verificare la coerenza del progetto, sviluppare nuove opportunità e relazioni
- **Modalità di funzionamento:** incontri collegiali a cadenza semestrale, incontri ad hoc su temi specifici
- **Profilo partecipanti:** persone che condividono un approccio etico al business e la visione dell'azienda, con competenze nei seguenti settori/attività:
 - web marketing;
 - settore fashion/design/madeinItaly;
 - retail;
 - sviluppo brand di alta gamma (settore fashion/design. In generale made in Italy)
 - professionisti

Regenesi: fornitori/1

Il modello organizzativo di Regenesi si fonda sulla valorizzazione delle **eccellenze** in ogni campo di riferimento pertinente il prodotto. Questo permette di garantire al cliente prodotti e servizi di elevata **qualità** ad un prezzo adeguato ed a Regenesi bassi costi di struttura ed un'organizzazione **reattiva e flessibile**.

Regenesi: fornitori/2

Attività in outsourcing:

- Servizi:
 - Consulenza (legale, fiscale, marchi e brevetti, comunicazione, ricerca materiali, ideazione e progettazione, tecnica)
 - Logistica (trasporto, movimentazione, magazzino)
- Materie prime di riciclo da post consumo:
 - Gomma, Vetro, Plastica, Pelle, Carta, Tessuti, Legno
- Prodotti finiti

Regenesi: designer/1

Denis Santachiara

Matali Crasset

Marco Ferreri

Giulio Iacchetti

Setsu e Shinobu Ito

Kaisli Kiuru

Marco Capellini

....

Designer emergenti collaborano sia all'interno di R'dF (Regenesi design Factory) sia inserendo i propri progetti nell'area community del sito.

Regenesi: designer/2

Da settembre 2008 Regenesi collabora con il **Politecnico di Torino** e con l'**Università di Venezia** per la ricerca su materiali innovativi, funzionalità e prodotti nonché per la continua definizione di un piano di miglioramento dei processi aziendali per il rispetto dell'uomo e dell'ambiente.

A novembre 2009 sono state consegnate delle **Borse di Studio** ai migliori progetti sviluppati dagli studenti del corso di Design Industriale del Politecnico di Torino. Alcuni di questi prodotti sono stati successivamente lanciati in occasione del **Fuori Salone Milano 2010**.

Regenesi: web 2.0

Il sito web rappresenta un vero e proprio portale del design sostenibile, oltre che una piattaforma e-commerce.

In particolare, sono stati attivati i seguenti strumenti:

Community

Luogo di condivisione virtuale di valori, idee e contenuti tramite:

- blog (temi legati alla bellezza, al design ed alla sostenibilità)
- area clienti (co-progettazione prodotti)
- area designer (progetti e proposte)

Facebook:

Attualmente seguito da oltre 800 fans.

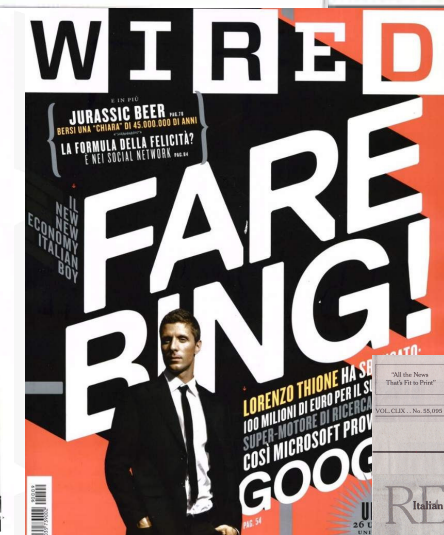
Twitter:

Avviato nel mese di luglio 2010 con un tweet di Laura Bailey in omaggio a Fruit Bag.

Canale Youtube:

Raccolta di tutti i video e cartoon realizzati (di particolare interesse le interviste ai designers).

Regenesi: parlano di noi..



The New Way to Make Business!

ena in NEW WAY TO MAKE BUSINESS!

Grazie per l'attenzione

Per ulteriori informazioni:

Maria Silvia Pazzi

Mob. +39 339 2444312

Skype: mspazzi

www.regenesi.com

www.facebook.com/regenesi

twitter: @Regenesi_com