

Ripensare il design sostenibile

Summary Section (SEO)

Punti principali

Il design sostenibile va oltre la scelta di materiali migliori: è un sistema plasmato da decisioni progettuali, estetica, performance, logistica, dati e collaborazione. In questa conversazione tra MOO e [Mohawk](#), leader nei settori del design, della sostenibilità e della R&S esplorano come i prodotti sostenibili prendano forma nella pratica, dal trasporto e packaging allo storytelling, ai dati sul ciclo di vita, fino a ridefinire cosa significhi davvero “premium”. Il risultato? Un chiaro esempio di come la sostenibilità sia un percorso di design collaborativo e continuo, non una soluzione istantanea.

Indice

1. [*L'impatto parte dal design*](#)
2. [*Perché la bellezza non è un nemico*](#)
3. [*Lo storytelling dà significato*](#)
4. [*La sostenibilità che passa inosservata*](#)
5. [*Seguire i dati*](#)
6. [*Progettare pensando a ciò che viene dopo*](#)
7. [*Collaborazione = progresso*](#)
8. [*Ripensare il concetto di “premium”*](#)
9. [*Progressi \(non perfezione\)*](#)

Il [design sostenibile](#) è ovunque, eppure spesso viene ancora frainteso. Si tratta di materiali? Di metriche? Di minimalismo? Oppure semplicemente di ridurre al minimo l'impatto sul pianeta?

Per dare il benvenuto al 2026, ci siamo seduti con il nostro storico partner cartaceo Mohawk per una conversazione aperta su come il design sostenibile appaia realmente nel mondo reale, oltre i termini alla moda, le checklist o i semplici cambi di materiale.

Alla discussione hanno partecipato Melissa Stevens, CMO di Mohawk; Gavin Gaynor, Head of R&D di Mohawk; Toby Hextall, Global Director of Product Design di MOO; e Luke Landers, Head of Sustainability di MOO. Insieme, abbiamo esplorato come la sostenibilità si manifesti in ogni fase della vita di un prodotto: dalle prime decisioni di design e storytelling, al trasporto, al packaging e a ciò che accade dopo l'utilizzo del prodotto.

L'impatto parte dal design

“La sostenibilità nasce già in fase di progettazione”, dice Toby, Global Director of Product Design di MOO. Richiamando un dato ormai noto — fino all’80% dell’impatto ambientale di un prodotto si decide durante il design — Toby vede i designer come custodi a lungo termine, non solo creativi di stile.

Essere sostenibili non significa solo sostituire materiali con alternative riciclate alla fine del processo. “Dobbiamo farci domande fondamentali”, spiega Toby. *Serve davvero produrlo? Che funzione avrà? Quanto durerà nel tempo?*

Per brand e designer, [sostenibilità](#) e eredità sono inseparabili. “Oggi non credo sia possibile lasciare un’eredità significativa senza intrecciarci dentro la sostenibilità”, spiega Toby.

Perché la bellezza non è un nemico

Una delle intuizioni più interessanti (e forse controintuitive) emerse dalla discussione riguarda il ruolo della bellezza nella sostenibilità.

Gavin Gaynor, Head of R&D di Mohawk, porta un esempio semplice: le iconiche scatole per [Biglietti da visita](#) di MOO. “Non conosco nessuno che le abbia ricevute e poi le abbia buttate via,” spiega. “Sono così belle che è impossibile disfarsene.”

Quella risposta emotiva conta davvero. Un prodotto che viene apprezzato ha più probabilità di essere riutilizzato, adattato o conservato, prolungandone così la vita ben oltre la funzione iniziale. Come dice Toby: “Non appena non vuoi buttare qualcosa, hai creato il giusto legame emotivo.”

Luke Landers, Head of Sustainability di MOO, riprende questo concetto dal punto di vista del ciclo di vita: “Se crei qualcosa che sia progettato per essere amato, porterà gioia ogni giorno. Non solo verrà custodito, ma l’impatto per utilizzo si ridurrà costantemente.”

In questo senso, la bellezza non è un lusso, è strategica. “Le cose belle sono quelle che vengono portate avanti nel futuro”, aggiunge Toby.

Lo storytelling dà significato

Il legame emotivo diventa ancora più potente se accompagnato da una storia. Un esempio discusso è la collaborazione tra MOO e Mohawk [nel 2017](#), sulla carta Cotton, realizzata con ritagli di t-shirt della fast fashion.

“Sì, era bella e piacevole al tatto”, racconta Toby. “Ma la cosa più interessante è che si poteva dire: ‘È fatta al 100% con scarti della moda.’ Questo la rende infinitamente più preziosa.”

La storia non accompagna solo il prodotto, ne moltiplica l'impatto. “Quando consegna quella carta a qualcuno, la prima domanda è: ‘Cos'è?’” spiega Gavin. “E adesso racconti la storia. E viene raccontata ancora e ancora.”

Melissa, CMO di Mohawk, sottolinea che lo storytelling comporta una responsabilità. “Non possiamo dare per scontato che la storia della sostenibilità sia chiara”, spiega. “C'è un vero bisogno di educare, spiegare di cosa è fatto il materiale, perché è importante e come i clienti fanno parte di questo percorso.”

La sostenibilità che passa inosservata

Mentre materiali e storytelling catturano spesso l'attenzione, alcune leve fondamentali della sostenibilità agiscono silenziosamente sullo sfondo.

“Un piccolo dettaglio, spesso trascurato, è il trasporto,” spiega Gavin. “Il design del prodotto può avere un impatto enorme sulle emissioni legate al trasporto.”

Le decisioni su spessore, densità e geometria dell'imballaggio influenzano l'efficienza con cui i prodotti si muovono nella supply chain. “È tutta una questione di rapporto peso/volume,” aggiunge Gavin. “Il trasporto viene spesso sottovalutato quando parliamo di design sostenibile.”

L'imballaggio comporta sfide simili. Più protezione significa spesso più materiale e più emissioni di carbonio. “L'imballaggio deve essere adatto allo scopo,” spiega Gavin. La carta va protetta dall'umidità per funzionare correttamente, ma confezioni più piccole possono aumentare gli sprechi, anche se riciclate.

“Non esiste una soluzione perfetta”, aggiunge. “Esistono solo decisioni più consapevoli.”

Seguire i dati

Man mano che le conversazioni sulla sostenibilità si fanno più mature, le buone intenzioni non bastano più. “Mostrami i numeri” è ormai la richiesta standard.

[Luke Landers](#), Head of Sustainability di MOO, spiega che le valutazioni del ciclo di vita (LCA) sono fondamentali per costruire fiducia. “Il report dà credibilità,” afferma. “La storia crea connessione. Servono entrambi.”

Un'intuizione sorprendente dalle LCA di Mohawk “Gran parte della nostra impronta di carbonio non deriva dalle materie prime,” rivela Gavin. “Arriva dai processi in cartiera, in particolare dall'essiccazione della carta.”

In effetti, circa il 70% dell'impronta di carbonio di alcuni prodotti cartacei deriva dall'energia necessaria a rimuovere l'acqua. "È stato illuminante", racconta Gavin. "Sai di spendere molto in energia, ma vederlo nei dati del prodotto cambia le priorità."

E quando si riduce un impatto, un altro prende il suo posto. "Se porti un impatto dal 70% al 10%," osserva Toby, "qualcosa d'altro diventa improvvisamente l'80%. È proprio la natura del progresso."

Progettare pensando a ciò che viene dopo

La sostenibilità non si esaurisce al momento della vendita. Ciò che succede dopo — la "vita successiva" di un prodotto — è altrettanto importante.

A volte quella vita successiva è emotiva, come una scatola troppo bella per essere buttata. Altre volte è pratica e meno visibile. "Si può riciclare in pasta di carta? È compostabile? Biodegradabile?" chiede Gavin. "Si tratta di tre cose molto diverse, e ciascuna influisce sulla sostenibilità in modo differente."

Un prodotto compostabile funziona solo se esistono i sistemi adatti per gestirlo. Un prodotto riciclabile ha effetto solo se è facile da processare e non contamina il flusso dei materiali. Riflettere su questi risultati significa guardare oltre il primo utilizzo, e oltre l'estetica. I prodotti più sostenibili non sono solo progettati per durare nel mondo, ma anche per lasciarlo in modo responsabile.

Collaborazione = progresso

Un tema è emerso più volte durante la discussione: nulla di tutto ciò funziona senza collaborazione. Il design sostenibile non nasce in isolamento: si costruisce con competenze condivise, compromessi onesti e la volontà di risolvere i problemi insieme.

"Niente di tutto questo avviene in solitudine," spiega Melissa. "È la collaborazione, tra discipline e tra partner, che rende possibile il progresso." Quando design, sostenibilità, operazioni e produzione siedono allo stesso tavolo, nascono domande migliori e risultati più efficaci.

Per Luke, queste partnership sono state trasformative. "Il percorso di sostenibilità di MOO è stato enormemente supportato da relazioni a lungo termine con partner chiave come Mohawk: quella stabilità e la mentalità condivisa di miglioramento ci hanno letteralmente portato anni avanti rispetto a dove saremmo potuti essere." È proprio questa costanza — lavorare con partner che condividono ambizione e responsabilità — a trasformare la sostenibilità da intento in slancio concreto.

Ripensare il concetto di "premium"

Il design sostenibile sfida anche vecchie idee sul lusso.

“Se premium significa solo la carta più brillante e bianca,” osserva Gavin, “elimini moltissimi materiali sostenibili.”

Non tutti i materiali sono adatti a ogni utilizzo, ma ognuno può trovare il suo posto. Fibre non sbiancate, testurizzate o insolite possono risultare altrettanto curate, desiderabili e premium se abbinate con attenzione allo scopo.

Come dice Toby, “Oggi sostenibilità e buon design sono inseparabili. Non c'è motivo per cui non debbano apparire e sentirsi premium — anche se il concetto di premium è cambiato rispetto al passato.”

Progressi (non perfezione)

Forse la lezione più importante di questa discussione è che il design [sostenibile](#) non riguarda risultati perfetti. Riguarda il progresso continuo.

“Non si tratta mai di fare una volta e basta,” dice Toby. “Se fosse così, avremmo già spuntato la casella.”

La [sostenibilità](#) mantiene invece designer, produttori e brand in movimento: imparando dai dati, accettando compromessi e collaborando per ottenere risultati migliori.

Il design sostenibile non è una meta. È un sistema. Quando bellezza, performance, dati e collaborazione lavorano insieme, quel sistema inizia a fare ciò per cui è nato: farci progredire.

Da MOO crediamo che un grande design non debba solo piacere alla vista, ma essere creato con attenzione, responsabilità e pensando all'intero ciclo di vita. Continuiamo a collaborare con partner come Mohawk per spingere i confini del design [sostenibile](#) e aiutare le aziende a creare prodotti che siano premium, performanti, duraturi e realizzati con cura.

[MBS lead form]

Keywords (SEO)

NA

Meta Title (70ch max including ending)

Ripensare il design sostenibile | Blog MOO

Meta Description (106-141ch max)

Il design sostenibile non è una lista di cose da spuntare. È un sistema guidato da bellezza, performance e collaborazione.

Excerpt/Standfirst (100ch max)

Come bellezza e collaborazione spingono il design sostenibile verso il futuro.

URL Slug

design-sostenibile-2026

Product blog tags (x 4)

Biglietti da visita, cartoline, minicard, biglietti d'auguri

MOO.com lego blog module heading text (35 characters max)

Design sostenibile, rivisto

MOO.com lego blog module lead copy (75 characters max)

Come bellezza e collaborazione plasmano il design sostenibile.

MOO.com email blog module heading text (60 characters max)

Ripensare insieme il design sostenibile

MOO.com email blog module lead copy (100-120 characters)

Dai materiali alla "vita successiva", scopri come collaborazione e design guidano un vero progresso sostenibile

Social clickable callout

Il design sostenibile non è una lista da spuntare, è frutto di collaborazione.