



Le vetrine di RivaViva (nella foto, a Milano) puntano con chiarezza sugli arredi ecologici

LA NATURA DEL BENESSERE



CRISTINA RIVA
FONDATRICE MARCHIO RIVAVIVA

IL LEGNO MASSELLO È LA SCELTA PIÙ TANGIBILE DEL PERCORSO SOSTENIBILE CHE CARATTERIZZA **RIVAVIVA**, AZIENDA CHE PROMUOVE I SUOI PRODOTTI ATTRAVERSO I DUE NEGOZI A MILANO E ROMA

DI RAFFAELLA RAZZANO

“Massima attenzione al benessere e alla sicurezza della persona attraverso arredamenti in perfetto equilibrio tra cultura della salute e filosofia ecosostenibile”. È questo il principio guida dichiarato da Riva, una realtà la cui storia inizia nel lontano 1919 con una bottega artigiana fondata da Attilio Riva e oggi vive attraverso due brand, Boiserie Riva e RivaViva. Quest’ultimo lanciato nel 1990 da Cristina Riva, terza generazione all’opera che ha impresso una forte cultura ecologica alla propria linea di arredi. A lei chiediamo di spiegare la “ricetta” per mantenere una promessa così ambiziosa.

Partiamo dalla storia. Come nasce la sua cultura ecologica e

I NOSTRI NEGOZI SONO STATI
RISTRUTTURATI SUI PRINCIPI
DELLA SOSTENIBILITÀ
E SU QUESTI TEMI CONTINUAMO
A FORMARE IL NOSTRO
PERSONALE

CRISTINA RIVA

”

quali sono state le radici che l'hanno nutrita?

Sicuramente l'attenzione al legno e alle sue finiture fa parte della storia dell'azienda di famiglia, che nasce negli anni '20 e si specializza in boiserie. La conoscenza della materia è stata poi trasferita in RivaViva, la linea di arredamento naturale ed ecosostenibile, lanciata nei primi anni '90, attraverso cui ho potuto esprimere il mio interesse per l'ecologia. Un'attenzione e una sensibilità maturata grazie ai miei studi di architettura che mi hanno portato a viaggiare molto nei paesi del Nord Europa, in cui le tematiche ambientali erano già consolidate.

Dal 1990 ad oggi, quali sono state le innovazioni più significative per i vostri prodotti in termini di sostenibilità?

Partiti dalla zona notte per poi estenderci a tutti gli ambienti della casa, abbiamo puntato da subito su prodotti realizzati in massello. Grazie alla nostra competenza nella lavorazione del legno, abbiamo privilegiato incastri a secco che permettono di assemblare i mobili evitando parti metalliche e abbiamo scelto solo colle viniliche, prive di formaldeide. Per la loro ceratura abbiamo privilegiato prodotti a ba-

se di cera d'api e olio di lino, esenti da piombo, utilizzando solo materie prime atossiche e a basso impatto ambientale. Quando abbiamo iniziato non era facile reperire queste finiture naturali in Italia. Nei primi anni '90 l'unica azienda che fornisse oli naturali era la Livos, azienda tedesca, che aveva un solo distributore in Brianza. La Livos era anche la sola azienda che fornisse, e fornisce tuttora, velature con colori vegetali resistenti alla saliva e al sudore secondo la norma DIN 53 160. Nel tempo abbiamo continuato la nostra ricerca selezionando prodotti certificati e tracciabili, anche quando si tratta delle proposte di altri brand che distribuiamo nei nostri due negozi a Roma e a Milano. Dallo scorso anno possiamo anche contare sulla "vetrina" del nostro sito di e-commerce, riva.it, e per progettare trasparenza e sostenibilità sono state le chiavi fondamentali. Proprio grazie al nostro impegno su queste tematiche abbiamo vinto il "Bando Impresa Femminile" basato sui fondi europei del PNRR, che ci ha permesso di investire su un progetto così ambizioso.

Ogni prodotto presente sul sito ha delle schede di approfondimento, che possono essere scaricate, in cui vengono specificati sempre anche gli aspetti legati all'ecologia e al benessere. Inoltre abbiamo "forzato" il sistema e permettiamo a tutti di chiedere maggiori informazioni stabilendo un dialogo che è molto stimolante anche per noi.

Quali sono i principali criteri di selezione delle aziende distribuite nei vostri negozi?

Attualmente nei nostri negozi, fisici e virtuali, proponiamo oltre una decina di brand che completano l'offerta e che rispettano la nostra stessa filosofia. La scelta è verso aziende, soprattutto straniere, attente alla sostenibilità ambientale. Aziende del Nord Europa ma anche della fascia dei Balcani, dove si trovano più facilmente rovere e noce europeo a prezzi ancora accessibili. Di questi si può vedere un'ampia selezione sul nostro sito di e-com-

VERO LEGNO, UNA FILIERA A TUTELA DEL CONSUMATORE

RivaViva è associata con Vero Legno, il consorzio nato nel 1996 che ad oggi raggruppa circa 200 associati sul territorio nazionale e che il 15 novembre ha inaugurato la nuova sede presso Enaip Factory di Cantù, in via Borgognone 12. **Cristina Riva, vice presidente del consorzio**, spiega quali siano i vantaggi di essere associati. «Noi siamo presenti fin dall'inizio perché nel nostro percorso abbiamo sentito subito la necessità di confrontarci con partner che condividessero la nostra stessa visione. **Il Consorzio riunisce realtà che rappresentano tutta la filiera del legno, dal tranciatore agli artigiani, dall'industria alla distribuzione per arrivare agli architetti.** Aziende grandi e realtà più piccole possono dialogare e confrontarsi e tutti sono accomunati da un desiderio di trasparenza e di tracciabilità. Per questo il marchio Vero Legno è una garanzia di autenticità per il consumatore e a livello di comunicazione dà forza e visibilità alle aziende associate. Vero Legno è presente ogni anno al Salone del Mobile e partecipa anche ad altre fiere, organizza convegni e promuove la formazione. Nel tempo ha anche stabilito una serie di convenzioni con società di servizio che avvantaggiano tutti gli associati e che permettono di intraprendere nuove iniziative e di certificare i propri prodotti. La partecipazione al bando Impresa Femminile, ad esempio, è nata proprio grazie al Consorzio». La nuova sede presso **Enaip Factory Cantù**, luogo polifunzionale culturale, formativo ed espositivo, è un ulteriore passo in avanti di una realtà associativa che ha nel proprio marchio la forza dell'autenticità del legno e dei manufatti realizzati con questa preziosa materia prima.



Gli interni della nuova sede del consorzio Vero Legno presso Enaip Factory a Cantù



Il legno massello e gli incastrati a secco sono una delle scelte sostenibili che caratterizzano gli arredi prodotti da RivaViva

merce. Anche per le proposte di cucina abbiamo selezionato aziende straniere, come l'austriaca Team7 e la tedesca Hacker, che hanno una produzione certificata FSC e PEFC per quanto riguarda la riforestazione, certificazioni ISO14001 e ISO50001, oppure l'Angelo Blu che è il marchio del Ministero dell'ambiente tedesco che pone l'accento su temi riguardanti la difesa dell'ambiente. Ricordo che Häcker è stato il primo produttore di cucine componibili con l'intera gamma di prodotto certificata a impatto zero sul clima, come attestato da uno studio CFP dell'istituto "Fokus Zukunft". Anche se nella selezione il primo criterio è un gusto che sento affine, nella maggior parte dei casi scopro che dietro c'è anche una particolare sensibilità ecologica e la stessa attenzione ai temi del benessere e della sicurezza che ci contraddistinguono.

A proposito di benessere, salute, sicurezza, sostenibilità, quale è

l'aspetto più interessante per il consumatore attuale e in generale come si sono evolute le sue aspettative?

Premetto che sono temi molto collegati tra di loro, ma sicuramente quello che ha maggiore e immediata attrattiva per il consumatore oggi è quello del benessere, diventato prioritario in questi anni post Covid. La pandemia ha fatto riscoprire la voglia di stare bene nella propria casa e si è posta maggiore attenzione anche alla sicurezza e all'ergonomia degli arredi.

Si può dire che oggi la sostenibilità sia quasi una conseguenza di un desiderio più ampio di vivere meglio. Chi è attratto dalle nostre proposte, sia come gusto sia come valori, è già un pubblico preparato, prevalentemente adulto, ma da quando abbiamo il sito si stanno avvicinando anche i più giovani. Quando abbiamo lanciato il progetto RivaViva, nei primi anni 90, il consumatore era un po' sorpreso, oltre che incuriosito e affascinato

da questi nuove tematiche. Via via negli anni il consumatore si è evoluto fino ad essere sempre più attento e sensibile a un valore che oggi è diventato importante anche per molte aziende rilevanti nel settore.

Molte imprese industriali italiane, ad esempio, stanno adottando il bilancio di sostenibilità che rappresenta uno strumento prezioso per programmare le azioni future in materia socio-ambientale.

In questa evoluzione viene coinvolta necessariamente anche la distribuzione del mobile.

Come consigliere nazionale di Federmobili, ritiene che si possano e si debbano fare della attività per promuovere maggiormente la cultura della sostenibilità nel mondo della distribuzione d'arredo?

Il tema è stato affrontato in Federmobili già nel 2010 con il progetto "Verso il negozio sostenibile: il sistema di valutazione e valorizzazione per la distribuzione indipendente del settore arredo", alla cui genesi ho contribuito anch'io. Lo studio di alcune "best practices" per i negozi di arredo dimostrava già allora che si può ottenere un risparmio a livello di gestione del punto vendita e una visibilità maggiore verso il consumatore. Ancora oggi si parla di quella iniziativa e credo fermamente che occorra investire in questi concetti, perché tutte le aziende di produzione europee e italiane lo stanno facendo spinte dalla necessità della transizione ecologica.

Per quanto ci riguarda, i nostri negozi sono già stati ristrutturati sui principi della sostenibilità e su questi temi continuiamo ad aggiornarci e ad aggiornare di conseguenza il nostro personale attraverso corsi di formazione interni dedicati.

Avere aperto un canale di e-commerce ci spinge ulteriormente ad approfondire questi aspetti e a mettere in atto una maggiore coerenza e chiarezza di gestione. Un trampolino di lancio per guardare al futuro con una determinazione sempre più orientata al reale benessere delle persone.