

Comunicato Stampa

BOMBARDI RETTIFICHE PROTAGONISTA DEL 3° FESTIVAL DELLA GENTILEZZA DI TORINO

Da fanghi tossici a materiale combustibile che produce energia. Il percorso della Bombardi Rettifiche è una storia italiana di un primato che fa scuola nel mondo dell'economia circolare. Terzista per i più grandi marchi della motor valley italiana, l'Azienda si occupa da 60 anni di lavorazioni meccaniche di precisione e microrettifiche. Nel 2019 ha avviato un progetto per risolvere il problema degli olii esausti e dei fanghi di rettifica provenienti dalle lavorazioni meccaniche, rifiuti industriali inquinanti e onerosi da gestire. *"Gli olii sporchi oggi hanno una seconda vita all'interno dell'azienda, vengono filtrati e recuperati al 95% e i residui sono centrifugati e pressati, infine seccati per diventare dei bricchetti molto compatti di materiale pulito che sono inviati alle fonderie per essere utilizzati come combustibile coadiuvante per gli altiforni"* spiega il General Manager Claudio Bombardi.

Un progetto green che ha destato l'interesse dei media locali e nazionali e che oggi viene rappresentato e celebrato all'interno di un evento innovativo di ampio respiro. Perché è proprio in ragione di questa attenzione alla sostenibilità e al riuso che l'Azienda di Cadelbosco è tra i protagonisti del 3° Festival della Gentilezza, in programma dal 22 al 28 maggio a Torino, con un programma ricco di eventi culturali e artistici per riflettere intorno al tema dello "scarto". L'enorme quantità di rifiuti prodotti quotidianamente rappresenta una vera e propria sfida per la nostra società, ma anche un'opportunità per migliorare le nostre abitudini e promuovere pratiche più responsabili. La tematica dello scarto non riguarda soltanto il materiale e l'ambiente, ma può anche riferirsi all'emarginazione e all'esclusione sociale di alcune persone dalla società. *"Il Festival della Gentilezza 2023 ha come focus tematico 'lo scarto' inteso come elemento capace di reinventarsi in un'ottica di economia circolare. Riflettere e dialogare con il pubblico che per l'occasione assisterà ad un innovativo connubio tra arte e aziende virtuose, quale è la Bombardi Rettifiche, che oggi ha avuto l'onore di dare inizio alla manifestazione. Da tempo, in ogni ambito, si cerca di riflettere sulla capacità di trasformazione, di riutilizzo, di creatività sostenibile. Ed è così che dal dialogo proattivo con le aziende eccellenti scaturiranno performances artistiche "live", personalizzate sulle suggestioni derivate dagli incontri"*, afferma l'ideatrice della manifestazione Stefania Rosso.

"Affrontare il problema dei rifiuti in azienda è sempre più un vero e proprio bisogno dettato dalla sostenibilità delle produzioni e dell'impresa stessa – interviene Fabio Tosini, Quality Assurance Specialist della Bombardi Rettifiche, che ha rappresentato l'Azienda sul palco dell'evento -, un atto di consapevolezza che riconosce a fondo la piena responsabilità ambientale ed economica di un ente produttivo". La parsimonia nell'uso e nel consumo delle materie, il controllo dei costi e l'attenzione all'impatto delle lavorazioni sono dimensioni che possono fare una forte differenza sui bilanci, in termini di minori costi ma anche di opportunità di trasformazione di ciò che è stato sempre considerato un peso: il rifiuto. *"Ripensare in modo creativo al riuso, alla conversione o al riciclo dei rifiuti è un processo fondamentale per aggiornare l'azienda alle impellenti necessità dell'industria moderna e della transizione ecologica."*, afferma Claudia Buzzi, Quality Manager della Bombardi. *"Prima ancora di pensare all'espansione dell'output aziendale, - continua il CEO Claudio Bombardi - un imprenditore consapevole del suo ruolo di trasformatore del mondo, dovrebbe pensare a ridurre le emissioni, sia in termini di agenti inquinanti che di prodotti di scarto e avanzi di lavorazione."*

Perché anche questo è innovare: mettere la propria visione imprenditoriale e la propria creatività al servizio della materia e riuscire nell'impresa di trasformare una criticità aziendale non solo in opportunità, ma addirittura in vantaggio competitivo. Per fare questo è necessario un nuovo approccio, un nuovo sguardo che parta dal ridefinire cosa è davvero importante e dal dare valore anche a ciò che siamo normalmente abituati a ritenere escluso e non più utile. Una metafora non solo aziendale ma dell'intera nostra esistenza.