

Il senso di Dodo per l'ambiente, dal Wwf ai tetti di Firenze

EVENTI

Giulia Crivelli

■ «Quando, 16 anni fa, abbiamo scelto di chiamarci come un animale estinto per colpa dell'uomo, abbiamo dato un segnale chiarissimo. Da allora il nostro impegno a favore dell'ambiente, testimoniata dal costante legame con Wwf Italia, ha preso molte forme. E in futuro ne prenderà altre». Riccardo Sciutto, managing director di Dodo, marchio di gioielli ispirati al mondo della natura del gruppo Pomellato, spiega così il sostegno dato all'iniziativa culturale "Il Sole sui tetti", voluta dal Gruppo 24 Ore in occasione del Pitti Uomo di Firenze.

Dodo ha fatto da mecenate per una delle quattro installazioni create da Felice Limosani in altrettanti luoghi storici del capoluogo toscano, quella della chiesa di Orsanmichele, che anticamente era una loggia costruita per il mercato delle granaglie, in seguito trasformata in chiesa delle arti, le antiche corporazioni fiorentine. «Passeggiando per Orsanmichele ci si rende conto che in un solo luogo di una sola delle nostre città d'arte c'è un patrimonio artistico-culturale più grande di quello complessivo di altri Paesi - racconta Sciutto -. Per Dodo è stato un onore sostenere questo evento di valorizzazione di alcuni luoghi fiorentini, in una chiave che, grazie all'estro creativo di Felice Limosani, ha richiamato con forza l'attenzione all'ambiente del nostro marchio». Per Orsanmichele Limosani ha ideato l'installazione "Il Sole non è un gioco", che segnala uno dei tanti drammi ambientali in corso, l'impoverimento della barriera corallina.

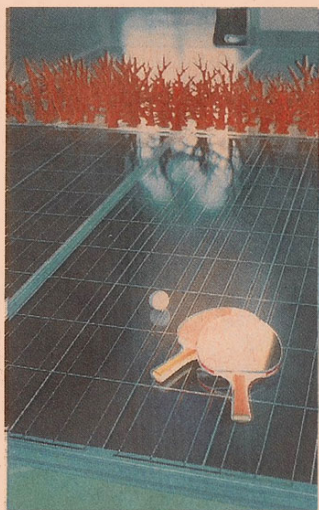
«Il tavolo da ping pong è una metafora che mette in scena l'energia solare come alternativa sostenibile, efficace e semplice da percorrere come in un gio-

co - spiega Limosani -. Il ping pong rappresenta simbolicamente l'agonismo tra noi e l'ambiente, le racchette sono simili allo specchio da tavolo. L'oggetto del confronto e della verifica con noi stessi, che siamo i veri artefici della sostenibilità».

A proposito di sostenibilità, nel 2010 Dodo ha festeggiato 15 anni di sodalizio con Wwf Italia, cui vanno parte dei proventi della vendita dei gioielli a forma di animale del marchio. «Ma ci sono tanti modi per rispettare e aiutare l'ambiente - aggiunge Sciutto -. La collezione "100% amore", che abbiamo lanciato in occasione di San Valentino 2011, è un altro esempio: per gli anelli, orecchini e ciondoli a forma di cuore abbiamo usato diamanti e rubini sintetici, pietre a impatto zero».

Tra i progetti futuri di Dodo, che dall'arrivo di Sciutto, tre anni fa, si è riposizionato verso l'alto, c'è l'apertura di un grande negozio a Milano, che segue quello appena inaugurato a Londra, in Sloane Square. «Nelle nuove boutique ci sarà l'intero mondo Dodo, ovviamente, ma anche spazi destinati a ospitare mostre, eventi culturali, incontri, magari persino corsi di cucina. Negozi fatti semplicemente per vendere ce ne sono tanti, troppi. Noi vogliamo essere creativi anche in questo e offrire qualcosa di diverso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Metafora. L'installazione ideata da Felice Limosani per Orsanmichele che ricorda l'impoverimento della barriera corallina