

# dommus

LA NUOVA UTOPIA

monthly magazine  
of architecture,  
design,  
interiors,  
arts  
number 941  
November 2010  
€ 10,00 Italy only

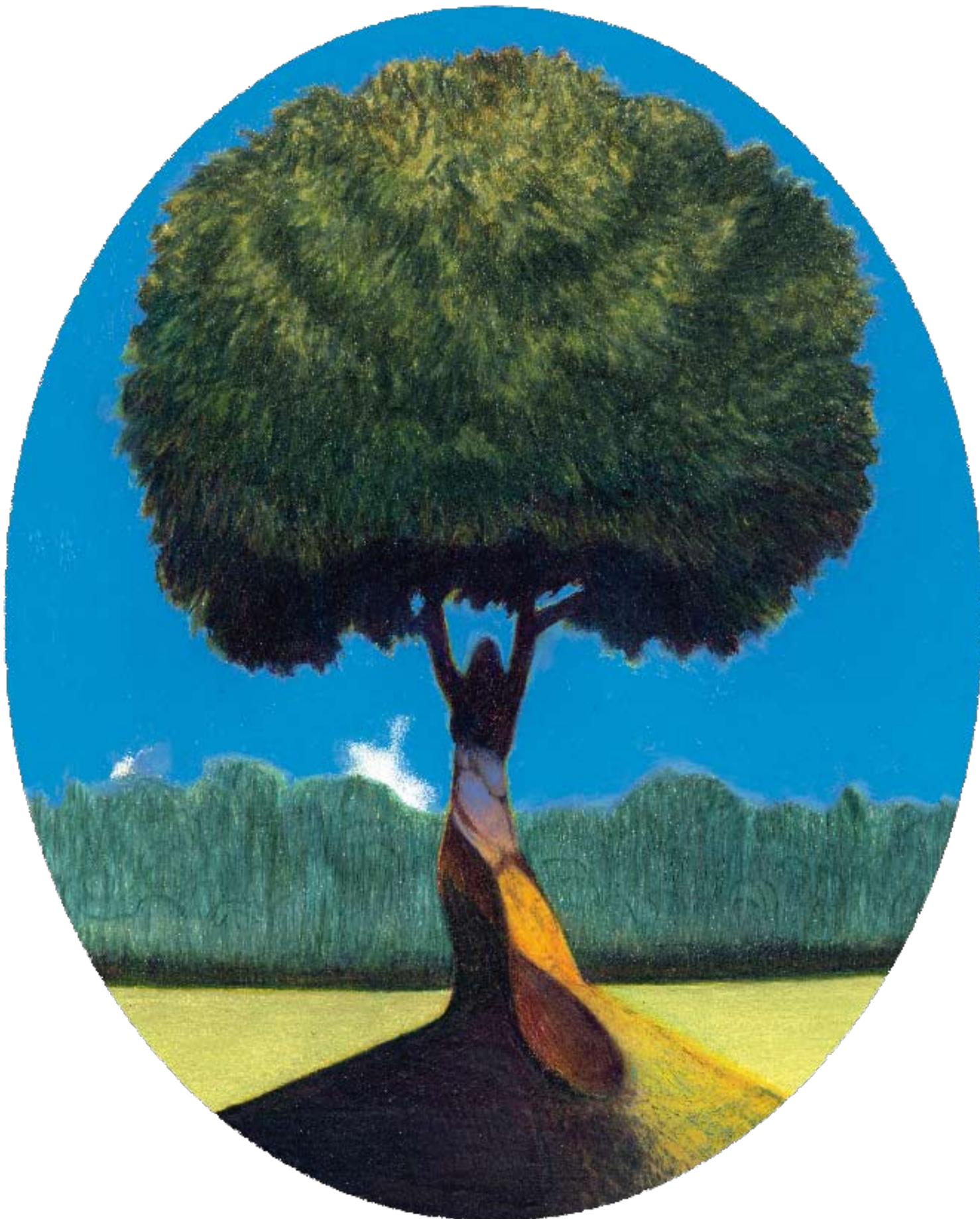


*Riccardo Dalisi*

B € 18.20 - F € 16.00 - D € 23.00  
GR € 15.50 - A € 22.70 - NL € 16.50  
P € 14.50 - E € 19.95 - CH CHF 34.00  
CANTON TICINO CHF 28.00  
L € 16.00 - UK GBP 16.50 - USA USD 24.95  
JYEN 3,780 (INC.TAX)

# NEONATURA

*Nove autori, tre illustrazioni, ventiquattro pagine per raccontare la nuova natura del progetto sostenibile • Nine authors, three illustrations and twenty-four pages to describe the new nature of sustainable design*



*Neonatura, disegno di • drawing by Lorenzo Mattotti*



## È TEMPO DI FARE. NELLA DIREZIONE GIUSTA

Vorrei sintetizzare qui di seguito alcuni contenuti che nascono dall'esperienza di Best Up\* e di tanta bella gente incontrata in questi anni di impegno per la promozione dell'abitare sostenibile: 1, 10, 100, 1.000 realtà positive, piccole e grandi. Persone e proposte intelligenti, innovative, attive in ogni parte del territorio. Amichevoli, radicate e proiettate. Generose, per sé e per gli altri. Eccoli:

1. Quel che conta sono le persone. Ne basta una, a volte, a cambiare una situazione, a generare nuovi processi. Ciascuno può essere quella persona, serve credere al miglioramento e seguire i propri talenti. La prima azione di un percorso sostenibile è valorizzare le risorse umane a disposizione.

2. Assumersi la responsabilità, agire. Up!

3. L'unione fa la forza. Valorizzare le relazioni, le reti. Condividere, fare sistema e creare alleanze. Sostenersi è indispensabile.

4. L'importanza dei modelli. Manifestare e comunicare quel che si fa. Servono buoni esempi, trasferibili. Alla base della comunicazione, dicono i guru del *green marketing*, ci sono trasparenza e verità. Buon senso!

5. Creatività e bellezza possono molto. Vettori di contenuti, facilitatori della trasformazione. Umanesimo e sostenibilità stanno vicini.

6. Lo slogan "+ Life Cycle Design – CO<sub>2</sub>" significa: più design consapevole, meno impatto ambientale. Responsabilità sociale e ambientale del design sono i due binari dell'abitare sostenibile. "Il modello di sviluppo basato sul consumismo è giunto al punto di svolta. Un vero e proprio cambio di paradigma culturale deve procedere e accompagnare la ricerca di soluzioni tecnico-scientifiche" (*State of the World 2010* del Worldwatch Institute).

7. *Step by step*. Questo è il metodo. Significa passo dopo passo: è adottabile per piccoli e grandi percorsi. Si comincia da dove si è e ci si dà un obiettivo alla volta; gradualmente, qui e ora. Basta cominciare.

8. La direzione giusta. Senza questa non si va da nessuna parte. Occorre un orizzonte di felicità che ci orienti. Un comune traguardo che unisca generi, etnie, discipline e conoscenze. Mille forme, idee, colori, azioni sono possibili, purché in funzione di una magnifica armonia fra benessere personale e bene comune. Ma chi può pensare ancora di essere felice a scapito della felicità altrui?

9. Le imprese del futuro. "Sono quelle che generano positività" dice Ezio Manzini. Soggetti che costruiscono quell'economia sostenibile che ha il suo punto di forza nel "capitale delle relazioni".

10. Donne e partecipazione. È parere diffuso (Banca Mondiale) che il modo più efficace per combattere la povertà sia aiutare le donne. Capacità di cura, tessuto relazionale, vicinanza alla vita reale: qualità del femminile da riconoscere e valorizzare.

11. Serve poco. Spesso ci diciamo che servono tante cose per cominciare a fare: tanti soldi, tanta tecnologia, tante difficoltà, tanto di tutto. Provare per credere, non è sempre così.

• Here are some reference points that are part of the Best Up\* experience, endorsed by the many great people we have met on our quest for sustainable living. One, ten, one hundred, one thousand positive situations, both big and small. Intelligent, innovative ideas and individuals all over Italy. Friendly, local, directional and generous. Here they are:

1. What counts most are people. Sometimes just one person is enough to change a bad situation and generate new procedures. All of us can be that one person. Just believe in improvement and follow your talents. The first step to sustainability is making the most of available human resources.

2. Take responsibility. Act. Best Up!

3. There is strength in numbers. Expand contacts and networks. Share, devise systems and create alliances. Helping one another is indispensable.

4. Be an example to follow. Show and communicate what you do. Adaptable examples are needed. Transparency and truth are the fundamentals of good communications, say the gurus of green marketing. Be sensible!

5. Creativity and beauty go a long way. They are vectors of contents, facilitators of transformation. Humanism and sustainability lie close together.

6. Our slogan "+ Life Cycle Design – CO<sub>2</sub>" stands for more sustainable life-cycle product design and less damage to the environment. The *State of the World 2010* by the Worldwatch Institute writes that the development model based on consumerism has reached a turning point. A change in our cultural paradigm is needed, aided by technology and science.

7. "Step by Step" is the method. It can be applied to changes both big and small. You start from where you are and give yourself one objective at a time, gradually, here and now. You just need to begin.

8. Without "The Right Direction" we won't get anywhere. We need a horizon of happiness to guide our way: a common aim uniting humankind in all its ethnicities, disciplines and knowledge. A thousand different shapes, ideas, colours and acts are possible, as long as their goal is the magnificent harmony between personal well-being and the common good. Who can still think that they can be happy at the cost of other people's happiness?

9. "The companies of the future are the kind that generate positivism," says Ezio Manzini. "They will build economic sustainability based on the 'capital of relationships'."

10. The participation of women is key. According to the World Bank, the best way to fight poverty is to help women. The feminine qualities of caring, interpersonal relationships and proximity to real life need to be recognised and appreciated.

11. A little is enough. Often we think that many things are needed to start out: a lot of money, technology, difficulties, and a lot of everything. Seeing is believing: sometimes a little goes a long way.

\* Best Up, fondata da Clara Mantica e Giuliana Zoppis, è un'associazione che promuove l'abitare sostenibile attraverso iniziative editoriali, progetti formativi, eventi che favoriscono il dialogo e la condivisione di conoscenze ed esperienze tra gli attori del settore. Accessibilità e valorizzazione delle competenze e dei saperi, etica delle relazioni, solidarietà, sobrietà e stili di vita sostenibili sono i valori cui Best Up si ispira. [www.bestup.it](http://www.bestup.it)

\* Best Up, founded by Clara Mantica and Giuliana Zoppis, is an association that promotes sustainable living by means of editorial initiatives, educational projects and events that favour exchange and the sharing of knowledge and experience of people who are active in this field. Best Up embraces the following values: accessibility and appreciation of skills and information, ethics in relationships, solidarity, sobriety and sustainable living habits. [www.bestup.it](http://www.bestup.it)