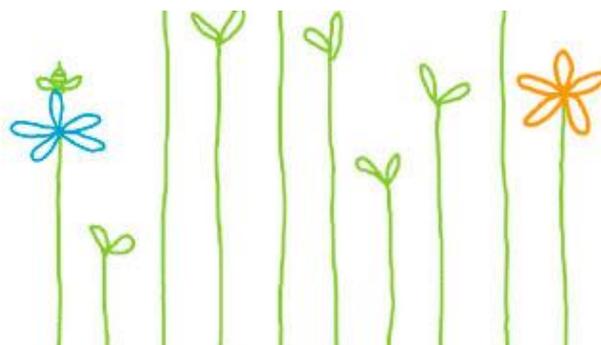




Circuito
per la promozione
dell'abitare sostenibile



BESTUP NEWSLETTER NOVEMBRE 2009

BEST UP all'AGORA' della TRIENNALE

Primo Incontro Nazionale del Circuito dell'abitare sostenibile "DI FRONTE ALLA CRISI: risposte sostenibili / socialmente responsabili. Incontro fra imprese, esperti e stampa"

- **DESIGN e INNOVAZIONE: riflessioni e strumenti**
intervengono Ezio Manzini e Sara Cortesi dell' Unità di ricerca Design e Innovazione di sistema per la sostenibilità (DIS) del Dipartimento INDACO del Politecnico di Milano
- **PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE, INCONTRO con IL CONSUM-ATTORE: l'importanza del negozio.** Intervengono Laura Molla di Federmobili-Innova.com e Giuseppe Bruno di Arreda.net
- **COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ: chi la conosce la riconosce**
formazione e autoformazione per gli operatori della comunicazione dentro e fuori le imprese: l'esperienza di Best Up. Intervengono Clara Mantica e Giuliana Zoppis
- **DAL DIRE AL FARE: l'importanza dei modelli virtuosi**
responsabilità sociale di impresa e processi ecoefficienti nella testimonianza di alcune imprese. Incontro condotto da Beatrice Bortolozzo/Studio 2B, esperta di comunicazione ambientale autrice del Best Up-Vademecum "Sei sicuro di non essere sostenibile?" con la partecipazione di: Alessandro Ciabatti-responsabile marketing e Deborah Carè-responsabile risorse umane Elica; Piero Gandini-Presidente Flos; Nicola Belpietro-responsabile marketing Sabaf; Giorgio Macor-Amministratore delegato Kuei; Filippo Giovanni Saba-Direttore commerciale Italia Interfaceflor; Massimiliano Fadin-Responsabile comunicazione Fresialluminio.
- **RAPPORTO SOCIALE di Best Up 2008-2009**
Presentazione a cura di Paola Gennari/Officina Etica Consulting esperta di consulenza strategica nel settore della sostenibilità
- **TAM TAM per Best Up!**
L'unione fa la forza: campagna associazionismo, allargare i soci, confermare le quote!!

IL RAPPORTO SOCIALE DI BEST UP

Presentato il Rapporto Sociale 2008-2009 di BEST UP al Salone della Responsabilità Sociale di Impresa "Dal dire al fare", presso l' Università Bocconi a Milano (settembre 2009). Il Rapporto vuole offrire a tutti gli stakeholder una rendicontazione puntuale per condividere il cammino compiuto finora dall'Associazione: un percorso reso possibile dalla passione e dall'impegno di quanti -soci, imprese, partner, sostenitori- hanno contribuito a trasformare i valori ideali in progetti e risultati. La responsabilità nei confronti delle persone e delle organizzazioni che sostengono e condividono i progetti di Best Up, nonché la volontà di fornire un'immagine chiara e trasparente dell'operato dell'Associazione, hanno fatto emergere l'esigenza di produrre un documento capace di rendere conto dei risultati raggiunti. Il Rapporto è articolato in tre parti: 1) Profilo di Best Up, che definisce l'identità dell'organizzazione, la missione, la governance, le attività presenti e gli impegni futuri" 2) Best Up 2008-2009, in cui si descrivono i progetti e le attività a cui l'organizzazione si dedica 3) Best Up Bilancio trasparente, che illustra i risultati della gestione, analizzando le fonti di finanziamento e gli

impieghi. Il documento è frutto della collaborazione con Officina Etica Consulting (www.officinaetica.it). Scaricabile dal sito.

COMUNICARE LA SOSTENIBILITA'

Le imprese comunicano abbastanza le loro performance ambientali? I media sono in grado di raccontarle? Come fare a tradurre linguaggi molto specifici in informazioni utili e appetibili per i consumatori? Di questo si è parlato al convegno "Ambiente tra moda, strumentalità e rigore. Il ruolo dell' LCA per la comunicazione ambientale" organizzato da Enea -Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile- in occasione di Ecomondo a Rimini (ottobre 2009). Sono stato raccontati piccoli e grandi case history (Barilla e Tetrapak). Best Up ha moderato l'incontro e testimoniato la sua esperienza: "Dal 2008 abbiamo trovato nel Life Cycle Design, nel Life Cycle Assessment e nella responsabilità sociale d'impresa i "binari" utili a introdurre la questione della responsabilità ambientale e sociale del design a giovani studenti come ad affermati professionisti, a imprese ed enti. Dalle esperienze avute si può dire che impostare la questione dell'ecodesign attraverso il processo che sottende i prodotti lungo il loro ciclo di vita, funziona e apre immediatamente dialogo e comprensione nell'interlocutore anche non esperto. Resta complesso comunicare il processo, soprattutto in ambiti come quelli del design dove la "fotogenia" dei prodotti è considerato un valore primario: come raccontare in modo appetibile e immediato la storia del prodotto? Quello che sta dietro a ciò che appare? Abbiamo cercato di coinvolgere produttori, distributori indipendenti, grande distribuzione, operatori della comunicazione, giornalisti per sensibilizzarli sul tema. Il consumatore ha diritto di capire e in particolare i consumatori consapevoli ne hanno impellente necessità".

BEST UP NEL GREENBOOK 2011

Il Circuito dell'abitare sostenibile è stato selezionato, con le realtà più significative del panorama italiano dell'eco-design, nel Greenbook 2011 di Arreda.net. La rete di imprenditori commerciali del settore arredo (20 aziende con 37 negozi distribuiti tra Piemonte, Lombardia, Liguria, Toscana e Sardegna) è capitanata da Giuseppe Bruno, una lunga esperienza nel campo, anche con ruoli importanti in Federnobili. La presentazione ufficiale del Greenbook si è svolta a Torino il 6 novembre, all'interno della Design Week, ospite Slow Food nella sede di Eataty. L'alleanza con Slow Food nasce per Arreda.net due anni fa in occasione di un meeting a Pollenzo. E proprio l'Associazione internazionale del "buono, pulito e giusto" ha incontrato nel capoluogo piemontese Best Up all'insegna del "bello, equo e sostenibile". Alla presenza di Vitra, Politecnico di Milano/Made-in-lab, Anab, ADI, Ballarini e altri. Il focus dell'incontro, a cui ha partecipato una folta platea di imprenditori, architetti, designer ed esperti di marketing, è stato: l'etica di vendita dell'arredo può essere davvero green? Best Up ha portato il suo contributo nell'ambito della comunicazione sostenibile: pensare il ciclo del prodotto partendo dal design. Il design sostenibile affronta tutti gli aspetti economici, ambientali e sociali del processo produttivo. Più si progetta tenendo conto dell'approccio "dalla culla alla culla" meno si inquina e più si garantisce benessere. Comunicare la sostenibilità vuol dire innanzi tutto praticarla, quindi valorizzare i risultati raggiunti (anche le fasi iniziali) e facilitare il miglioramento.

OMAGGIO AI CONSUM-ATTORI

In occasione di "Milano Design in the city", evento a cura di Design Partners tenutosi dal 22 al 25 ottobre con l'obiettivo di valorizzare la straordinaria presenza di negozi d'eccellenza in città e il ruolo di Milano come capitale del design system, Best Up ha collocato una piccola installazione negli showroom di Valcucine-Spotti; Elica e Flos, dedicata al Consum-attore. Un piccolo omaggio e un volantino con il testo che segue:

"La rivoluzione verde parte da scelte, acquisti, consumi consapevoli. C'è design e design scegli il sostenibile La sostenibilità è fatta di tre elementi: economico, ambientale e sociale. Il design sostenibile affronta tutti questi aspetti: scarsità delle materie prime non rinnovabili, utilizzo efficiente delle risorse, energie pulite, gestione dei rifiuti. Il design è al cuore della soluzione: più si progetta in un'ottica sostenibile meno si inquina.

1. Perché Ecodesign è meglio

E' fatto di materiali rinnovabili, gestiti in modo sostenibile, riciclati. Non diffonde sostanze tossiche e nocive nell'ambiente. Fa risparmiare risorse preziose. E' disassemblabile e si può riparare. E' durevole. Accoglie comodamente il nostro corpo. Ha un buon rapporto qualità-prezzo.

2. Cosa osservare

Tutte le caratteristiche che rendono un prodotto più sostenibile di altri: provenienza, produzione, materiali (vernici, colle), prodotti usati, consumi (gas, combustibili, elettricità),

disassemblabilità, certificazioni. Aspetti ambientali e sociali (mano d'opera, energia, componenti),
3. Cosa chiedere al negoziante

Verificare se ci sono pezzi di ricambio disponibili. Se la manutenzione è facilmente praticabile. Se l'oggetto può essere dismesso in tutte le sue parti o riciclato/riusato. Chiedere di poter toccare le superfici, provare la comodità, verificare spessori e componenti".

CRESCE LA DOMANDA DI PRODOTTI, SERVIZI E INFORMAZIONE GREEN

Frequenti le ricerche che confermano che sostenibilità e ambiente sono temi sempre più considerati dai consumatori che, contemporaneamente, denunciano la pochezza delle informazioni fornite in merito a prodotti e servizi. Secondo Eurobarometer, un importante osservatorio europeo, il 75 % dei cittadini UE è disponibile ad acquistare prodotti sostenibili anche se costano di più. Anche l'Osservatorio Permanente sui Consumi presieduto da Giampaolo Fabris afferma che "si sta consolidando una tipologia di consumatore sensibile alla compatibilità sociale e ambientale dei prodotti, ai benefici riferiti alla propria salute e ai benefici per l'ambiente, per un rapporto non predatorio verso la Terra". Informazioni interessanti si hanno anche dalla ricerca europea condotta da Whirlpool Europe su "Abitudini domestiche, comportamenti d'acquisto dei consumatori e sostenibilità". Emerge che "il 68% dei consumatori italiani pensa che il tema dell'impatto ambientale sia un aspetto da tenere in considerazione al momento dell'acquisto almeno quanto il costo del prodotto". Un sempre maggior numero di persone pensa che "comprare green" sia un investimento di lungo periodo sia per la salvaguardia del Pianeta, sia per i propri risparmi. Nel confronto con gli altri paesi Europei, il consumatore Italiano dimostra una buona "maturità", con la minor quota di "consumatori preoccupati più del proprio tornaconto che del bene del Pianeta". Emerge infine una buona conoscenza del termine "ecologico": gli italiani lo hanno decodificato come "utilizzo di energie alternative (il solare o l'eolico) e casa ad alta efficienza energetica".

L'EUROPA PUNTA ALLE RINNOVABILI

50 mila milioni di dollari: è la somma che l'Unione europea intende stanziare nei prossimi dieci anni per ridurre le emissioni di CO2 e salvaguardare il Pianeta. Ricerca e sviluppo nel solare, riduzione dell'impiego di carbone e combustibili fossili (che rappresentano ancora il 40 per cento delle fonti di energia utilizzate), più sicurezza degli impianti nucleari le voci dell'investimento. Il piano, che vuole essere uno step importante e della massima priorità, si prevede sia approvato entro il mese di novembre 2009, prima della scadenza di Copenhagen, prossimo summit planetario sull'effetto serra e i cambiamenti climatici (in agenda per dicembre). Il messaggio forte è che, nonostante la crisi, la UE vuole dare un segnale di impegno anche economico sul fronte delle fonti rinnovabili e pulite di energia. La distribuzione dei finanziamenti, che includerà anche una voce dedicata al sostegno alle cosiddette "Smart Cities" –ossia città più efficienti sul piano dei consumi, è prevista come segue: 11 mila milioni di euro allo sviluppo di edifici e sistemi di trasporto di nuova concezione; 9 mila milioni alle industrie della "bio-energia" e in particolar modo a quelle che si impegnano nella generazione di energia elettrica e combustibili da materie organiche riciclate; 7 mila milioni a sistemi che mettano in sicurezza gli attuali impianti nucleari allo scopo principale di allocarne le scorie "riducendo i rischi"; 6 mila milioni alle fonti di energia eolica. E proprio la disparità degli allocamenti dei fondi ha suscitato non poche polemiche tra ambientalisti e sostenitori delle energie rinnovabili e pulite (tra cui il responsabile della ricerca eolica europea, Christian Kjaer). Il gruppo di ricerca tecnologica che supporta la Commissione UE è formato, tra gli altri, da Royal Dutch Shell, Vattenfall e WWF.

RAPPORTO AMBIENTALE FEDERLEGNO ARREDO: ATTO SECONDO

E' stato presentato al convegno "Sviluppo e sostenibilità del sistema legno-arredo", organizzato il 22 settembre da FederlegnoArredo e Unione Industriali Pordenone, il Rapporto Ambientale 2009 della Federazione. Redatto dall'Ufficio Ambiente, nasce grazie all'elaborazione dei dati forniti da un campione di 75 aziende che rappresentano un fatturato di 2 miliardi 344 milioni di euro, per un totale di circa 10.000 addetti. Il secondo Rapporto è un'analisi qualitativa e quantitativa dei principali indicatori ambientali determinati dai sistemi produttivi della filiera legno-arredo: riciclo, produzione di rifiuti, consumi energetici. Tra i dati più significativi, emerge un deciso aumento nell'uso di materie prime con caratteristiche ecologiche (18,32 per cento del totale, con un + 59 per cento rispetto al 2005, primo anno di indagine). Risulta, inoltre, fondamentale il contributo energetico derivante dall'utilizzo di scarti di produzione, che nel quadriennio recente non è mai sceso al di sotto del 20 per cento e che fornisce un contributo al fabbisogno quasi pari a quello di metano e gas naturale. Il secondo Rapporto

Ambientale di FederlegnoArredo si inserisce nel quadro dei nuovi accordi sul clima che saranno discussi a dicembre a Copenaghen, portando un importante contributo da parte di chi lavora per eccellenza i prodotti in legno, che –si sottolinea- risultano cruciali, in quanto hanno la proprietà di “stoccare” carbonio per tutto il loro ciclo di vita.

 **VAI AL SITO** Errore. Riferimento a collegamento ipertestuale non valido.

News aggiornate dal mondo dell’abitare sostenibile; Vademecum di autovalutazione “Sei sicuro di non essere sostenibile?” e molto ALTRO!

BestUp, Associazione senza fini di lucro, è sostenuta da: Comieco, Elica, Ikea, iGuzzini, Innova.com, Federlegno-Arredo, Flos, Ghenos, Kuei, Materiavera, Ottagono-Editrice Compositori, Richard Ginori 1735, Sabaf, Valcucine

Registrazione della newsletter BEST UP c/o Tribunale di Milano Aut. 431/8.7.2008
