

il giornale di

BEST UP

bello equo sostenibile



2011

SIAMO QUI

dal 12 al 17 aprile alla Fabbrica del Vapore, via Procaccini 4, Milano dalle 10.00 alle 22.00 con il **Tavolo della Sostenibilità** in occasione di Posti di Vista design sensibile.

2011 WE ARE HERE / from the 12th to the 17th April at the Fabbrica del Vapore, via Procaccini 4, Milano from 10.00 to 22.00 with the Sustainable Table together with the Posti di Vista design sensibile

VISITA / VISIT

TEMPORARY ECO-SHOP!!!

Alla **Fabbrica del Vapore** puoi vedere, comprare o ordinare arredi, complementi, oggetti, gioielli e abiti rispettosi dell'ambiente. Puoi avere informazioni sul "Sistema verso il negozio sostenibile" di Federmobili

Il progetto è a cura di Best Up con Stefano Pisciotta e Cristina Riva, realizzato con RivaViva, nora® Italia, Antonangeli, Class.org, Marillina Fortuna, A Mani Libere, FiloDritto, Ruth Katzentein Souza, Unicef, Originesari, Palm.

VISIT THE TEMPORARY ECO-SHOP!!! / At the Fabbrica del Vapore you can see, buy or order furnishings, furniture, objects, jewels and clothes that respect the environment. you can find information about the Federmobili "System for sustainable retailing".

Project edited by Best Up with Stefano Pisciotta and Cristina Riva, created with RivaViva, nora® Italia, Antonangeli, Class.org, Marillina Fortuna, A Mani Libere, FiloDritto, Ruth Katzentein Souza, Unicef, Originesari and Palm.

+LIFECYCLEDDESIGN - CO2

L'IMPORTANZA DELLE PERSONE. RELAZIONI E TERRITORI

THE IMPORTANCE OF PEOPLE. RELATIONSHIPS AND COMMUNITIES

COSA GUARDARE AL FUORISALONE / WHAT TO SEE AT FUORISALONE

**ITINERARIO SOSTENIBILE 2011**

Lo trovi nella guida di Ottagono distribuita al Salone nei padiglioni di Rho Fiera e nei luoghi del Fuorisalone; diffusa con D e Repubblica del 9 aprile.

Non perdere gli aggiornamenti in tempo reale su
www.bestup.it

2011 SUSTAINABLE ITINERARY / you can find it in the Ottagono guide distributed at the Salone in the Rho Exhibitions stands and the Fuorisalone sites: distributed together with D and la Repubblica on the 9th April.

Don't miss the updates in real time at www.bestup.it

PARTECIPA! / PARTICIPATE!

**PER IL BENE COMUNE**

Vota al referendum del 12 e 13 giugno. Contro il nucleare: perchè il futuro è nelle energie pulite. Contro la privatizzazione

dell'acqua: perchè l'acqua è di tutti e non si vende

FOR THE COMMON GOOD / Vote on the referendum of 12th and 13th June. Against nuclear energy: because the future is in clean renewable energy sources.

Against water privatization: because water belongs to us all and is not for sale

EDITORIALE / EDITORIAL

n° 5

Progetto, contenuti e redazione:
Clara Mantica e Giuliana Zoppis

Segreteria di redazione:
Cristina Arrigoni

Collaboratori:
Giordano Mancini, Elena Sisti, Guido Viale, Chiara Brollo (Itinerario Sostenibile)

Grafica e impaginazione:
Zetalab
www.zetalab.com

Traduzioni:
Jon Cox

Direttrice responsabile:
Giuliana Zoppis

Testata registrata presso il Tribunale di Milano, Aut. 431-8.07.2008

Stampato da
Editrice Compositori srl
Bologna nell'aprile 2011
in 10000 copie su carta riciclata gr.80 con inchiostri eco-vegetali
www.compositori.it

Versione digitale:
www.bestup.it

Web master:
Zetalab

Referente per il sito:
Cristina Arrigoni

Ufficio Stampa:
Ghenos - info@ghenos.net

Best Up
Circuito per la promozione dell'abitare sostenibile:
Via Gentilino 6
20136 Milano Italia,
T +39 02 36577292

www.bestup.it
info@bestup.it

Best Up, Circuito per la promozione dell'abitare sostenibile, è al suo quinto anno di attività. Tema guida della Campagna 2011 "+Life Cycle Design -CO2" (che significa più design responsabile meno impatto ambientale) è "l'importanza delle persone. Relazioni e territori". Anche la nuova immagine coordinata di Best Up (design Zetalab) ha per focus le persone: donne e uomini; adulti e giovani; i fiorellini che timidamente nascevano al mondo nel 2007 sul nostro primo giornale e sulle pagine web sono oggi integrati alle figure umane per indicare e valorizzare quelle persone (sempre di più) che hanno metabolizzato in questi anni rapporti rispettosi e creativi con l'ambiente, la società e il progetto. L'ape resta, a dare continuità al nostro lavoro; ci piace pensarci impollinatrici e volare fra realtà belle, che vale la pena di conoscere e abbracciare. In cinque anni abbiamo accumulato molte esperienze e, di conseguenza, molto materiale che può essere utile a tanti; il nuovo sito permetterà di consultarlo con più facilità e accessibilità.

Il tema della sostenibilità in questi anni si è molto diffuso e noi vogliamo che Best Up sia in grado di dialogare con il maggior numero di persone. Da qua la maggiore articolazione dei temi e anche la scala cromatica che si arricchisce per comprendere più declinazioni e sfumature della "sostenibilità". Ritoccare il logo cercando una proporzione più equilibrata ha voluto indicare una consapevolezza maggiore della nostra missione e degli strumenti per attuarla. Al consueto slancio si è aggiunta, nel tempo, una maggiore efficacia delle nostre azioni: dal raccontare belle storie, possibili e replicabili, al valorizzare esperienze esemplari; dal sostenere e creare incontri e sinergie, al mettere a disposizione competenze e visioni. "Occorre un orizzonte di felicità che ci orienti" diciamo nel nostro Manifesto: è quello che auguriamo a noi stesse e a tutte le persone del Circuito e a tutti

e tutte coloro che resistono di questi tempi e cercano la direzione giusta (sul tema alcuni punti di vista interessanti nelle pagine a seguire).

Quest'anno al nostro **Tavolo della sostenibilità** (alla Fabbrica del Vapore in concomitanza a Posti di vista/Design sensibile) ospitiamo e presentiamo due novità per l'Europa, entrambi di respiro internazionale. La prima è costituita da un gruppo di giovani ecodesigner, **Nuup Sustainable Creativity**, che ha disegnato una serie di giochi da tavolo - per bimbi, ragazzi e adulti - sul tema della sostenibilità con cui intratterrà il pubblico del Fuorisalone. La seconda si chiama C2CN, ovvero "**Cradle to Cradle Network**", nato dall'Unione Europea per promuovere lo sviluppo sostenibile secondo i principi "dalla culla alla culla". Partner italiano è Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo che presenterà al Tavolo, in anteprima nazionale, il "Good practice handbook" manuale delle buone pratiche europee.

Il numero 5 di questa edizione 2011 ci piace: EVVIVA E BUONA FORTUNA

Clara Mantica e Giuliana Zoppis

Best Up, the Circuit for the promotion of sustainable living, is well into its fifth year. The guiding theme and concept for the 2011 Campaign "+Life Cycle Design -CO2" (which means more responsible design; less environmental impact) is "the importance of people. Relationships and communities". Even the **new BestUp coordinated image** (design by Zetalab) has people as its focus: men and women; both young and old; the youngsters that timidly emerged in 2007 in our first magazine and on

our web pages are now fully developed and integrated alongside all those who are able to point out and evaluate that growing number of people who during the course of the years have metabolized respectful and creative relationships with the environment, society and the project. The bee is still there, to give continuity to our work; we like to think of ourselves as

"pollinators", flying around and among situations and setups that are ever more interesting, which it is worth getting to know and embrace. In the last five years we've acquired a lot

of experience and, as a result, lots of useful material for everyone to take advantage of; the **new web-site** allows greater access and ease of use.

In the last few years, the concept of sustainability has become widespread, and we want Best Up to be able to communicate with the largest number of people possible; thus there is a greater development of topics and themes, together with the chromatic scale which is designed to enrich and broaden understanding of the various elements and shades of meaning involved in "sustainability". Retouching and revising the logo by looking for a more balanced proportion was intended to indicate a greater awareness of our mission and the tools needed to accomplish it. To the usual enthusiasm, over time we've added a greater effectiveness: from highlighting great examples that were

both possible and repeatable, to making the best of exemplary experiences; from sustaining and creating meetings and synergies, to making skills and visions available to one and all. As we say in our Manifesto "we need a happy and serene focal point to guide us": this is what we wish for ourselves, all those on the Circuit, and everybody who stands firm in these harsh times looking for the right direction (some interesting points of view on this subject in the pages that follow).

At our **Sustainable Table** this year (at the Fabbrica del Vapore together with Posti di vista/Design sensibile) we are hosting and introducing two new ideas for Europe, both of an international flavour. The first is made up of a group of young ecodesigners, **Nuup Sustainable Creativity**, which has designed a series of board games - for children, young people and adults - on the theme of sustainability with which they will keep the Fuorisalone public entertained. The second is called C2CN, which stands for "**Cradle to Cradle Network**", created by the European Union to promote sustainable development according to the principle of "from cradle to cradle". The Italian partner is Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo which will present to the Table the national preview of the "Good practice handbook", a manual of good European practices.

We like issue number 5 of this 2011 edition: GOOD LUCK AND THREE CHEERS

Clara Mantica e Giuliana Zoppis



LA DIREZIONE GIUSTA. QUALE È?

THE RIGHT DIRECTION. WHAT IS IT?

Senza la direzione giusta non si va da nessuna parte. L'abbiamo enunciata nel Manifesto osando parlare di felicità e bellezza. Poi ci siamo confrontati con persone che ci piacciono, che agiscono con ruoli diversi per costruire una società più equa e sostenibile e abbiamo posto loro la domanda. Qui rispondono opinion leader, poi si da voce a esperienze produttive, culturali e partecipative che fanno parte del Circuito Best Up e che si raccolgono intorno al nostro Tavolo della Sostenibilità.

Without the right direction we aren't going anywhere. We've stated this before in our Manifesto by daring to talk about happiness and beauty. Then we compared ourselves with people we like, who assume different roles in order to build a more equal and sustainable society and we asked them the question. Here are the answers of opinion leaders, than there are reports on productive, cultural and shared experiences that go to make up the Best Up Circuit and which will be brought together around our Sustainable Table.

RISPONDE / REPLIES

BEST UP

Bello Equo Sostenibile
Circuito per la
promozione dell'abitare
sostenibile

Il Manifesto nasce 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, 1000 realtà positive, piccole e grandi. Persone e proposte intelligenti, innovative, attive in ogni parte del territorio. Amichevoli, radicate e proiettate. Genrose, per sé e per gli altri. Eccoli:

1. Perché 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. Prendersi la responsabilità. Agire. Up!

3. Perché 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. Perché creatività e bellezza possono molto

Vettori di contenuti, facilitatori della trasformazione. Umanesimo e sostenibilità stanno vicini.

6. + Life Cycle Design – Coz

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 / 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

E' 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 un sacco di 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. 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 "x Life Cycle Design – CO2" 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 an 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.

RISPONDE / REPLIES

GUIDO VIALE

Economista ambientale e scrittore, autore di "Conversione Ecologica", editore NDA Press Environmental economist and writer, author of "Conversione Ecologica", ed. NDA Press

Territorialità e partecipazione / Il termine "conversione ecologica" rimanda a un cambiamento spirituale: del nostro stile di vita, dei nostri consumi, del modo in cui lavoriamo, del fine per cui lavoriamo o vorremmo lavorare, del nostro rapporto con gli altri e con l'ambiente.

E' ecologica se tiene conto dei limiti dell'ambiente e si tradurrà in un cambiamento effettivo solo se sarà oggetto di un progetto consapevole e condiviso. I punti irrinunciabili di una strategia di riconversione ambientale sono quattro: i settori produttivi da sostenere; le forze sociali da coinvolgere; le strade di una compiuta democrazia partecipata; la riappropriazione, in forme condivise, dei beni comuni. I settori da sostenere sono: fonti rinnovabili, risparmio energetico, agricoltura e alimentazione, gestione degli scarti della produzione e del consumo, risparmio di suolo e

mobilità. Occorre passare da un'economia centralizzata e dipendente dai combustibili fossili a sistemi di generazione diffusa, decentrati, differenziati per territorio. Decentramento e differenziazione territoriale sono le caratteristiche anche di una rivoluzione agricola che permetta di abbandonare le pratiche colturali estensive, distruttive della fertilità dei suoli e della biodiversità degli ecosistemi. Anche una gestione dei rifiuti finalizzata alla prevenzione e al riciclo totale comporta un progressivo avvicinamento delle fonti di approvvigionamento agli stabilimenti di trasformazione e ai mercati di sbocco. Per la salvaguardia del suolo occorrono pratiche che pongano fine al suo consumo imponendo che in ogni territorio venga data la priorità alla rigenerazione e alla valorizzazione di quanto è stato già costruito e poi dismesso. Infine una mobilità sostenibile basata su un sistema di trasporto di uomini e merci caratterizzato dall'intermodalità e dall'integrazione tra servizi di trasporto di massa e servizi personalizzati.

Un programma di questo genere non può essere elaborato centralmente, ma ha bisogno della mobilitazione di tutte le forze disponi-

bili in ciascun territorio: imprese non votate esclusivamente al profitto, amministrazioni locali sensibili, categorie professionali dinamiche, organizzazioni della cittadinanza attiva. Solo chi vive e opera in ogni territorio ne può infatti conoscere a fondo i bisogni, potenzialità e vincoli. Solo la partecipazione diretta, attraverso specifiche istanze di organizzazione della cittadinanza attiva, può garantire salvaguardia e valorizzazione dei beni comuni su cui si basa la convivenza delle generazioni viventi e la sopravvivenza di quelle future.

TERRITORIALITY AND PARTICIPATION /

There are four inalienable points in a strategy of environmental re-conversion: productive sectors to be supported; social forces to become involved; the paths of a completed and shared democracy; the re-appropriation, in shared forms, of common goods. Only direct participation, by means of specific examples of organizations based on active citizenry, can guarantee the safeguarding and improvement of common goods upon which the shared everyday life of current generations and the survival of those of the future can be based.

RISPONDE / REPLIES

ELENA SISTI

Esperta di economia dello sviluppo / expert on economic development

BEATRICE COSTA

Esperta di diritti delle donne e politiche di genere / expert on women's rights and generic politics

Autrici di "Le donne reggono il mondo" edizioni Altraeconomia
Authors of "Le donne reggono il mondo" ed. Altraeconomia

RISPONDE / REPLIES

GIORDANO MANCINI

Responsabile Tecnologie della decrescita, Movimento della Decrescita Felice responsible for Tecnologie della decrescita, Movimento della Decrescita Felice

Abbandonare il mito della crescita continua / Abbandonare il mito della crescita continua e dello sviluppo è un buon punto di partenza. Il futuro delle imprese è nella stabilità e nell'utilità, nella collaborazione e nella relazione col cliente piuttosto che nella competizione con i concorrenti.

Anche la qualità della vita dell'imprenditore ne trae grande giovamento: l'instabilità e i debiti stressano! Trovare nuovi paradigmi di eccellenza. Il miglioramento continuo delle prestazioni, la vastità di gamma, l'innovazione estetica e tecnologica sono solo in appa-

nutenzione e la pulizia della casa. I più recenti studi dimostrano che il valore di questi beni e servizi rappresenta il 40% dell'attività economica nel nostro Paese ed è svolta prevalentemente da donne in modo gratuito. Con l'entrata delle donne nel mondo del mercato, e con la contemporanea crisi del modello di sviluppo vigente, si aprono prospettive per le condizioni di vita e di lavoro delle donne e si mettono in discussione ipotesi e valori fino ad oggi dati per scontati: dall'individualismo economico, alla separazione tra il pubblico (mercato) e privato (famiglia, relazioni); dall'organizzazione del lavoro all'analisi di ciò che conta, alla messa in discussione della crescita dei volumi del mercato come unico modo per incrementare il benessere. Sono in molti a credere che la crisi vigente sia stata causata da una atteggiamento "al maschile" che ha come caratteristiche una più alta vocazione al rischio, una concentra-

zione maggiore sull'individuo rispetto alla comunità e una minore propensione a tenere conto del futuro nelle decisioni. Una maggiore presenza di donne nelle stanze dei bottoni e nei centri dove si produce ricerca potrebbe stravolgere radicalmente la visione sulle cose che contano.

MORE SPACE FOR WOMEN /

Increasing the feminine presence on the decision-making stage isn't just a question of justice, it is also a possibility that we have for escaping from this changing crisis. A female vision of the economy leads to improvements on services and relationships. With the entry of women into the world of the market new perspectives for women's life and working conditions are opened, and hypotheses and values thus far taken for granted are now open to discussion.

o e i mercati di prossimità. Vendendo in loco si rafforzano i legami con il territorio e l'azienda viene vissuta come un capitale comune. Occorre chiedersi cosa significa oggi essere dei vincenti e cosa essere dei perdenti. Verificare senza pregiudizi se l'immagine che si proietta all'esterno (e quella che si ha di sé stessi) è ancora vincente oppure si è rimasti "incollati" a valori vecchi e superati.

ABANDONING THE MYTH OF CONTINUOUS GROWTH /

Abandoning the myth of continuous growth and development is a good starting point. It follows: finding new paradigms of excellence; looking to produce with less water, less energy and less materials, producing less waste. Imbuing a company organization with the principle of sobriety. Committing oneself, even when it seems difficult, to the development of a local market, a community market. Asking oneself today what it means to be the winners and what it means to be the losers.

AL TAVOLO DELLA SOSTENIBILITÀ

AROUND THE SUSTAINABLE TABLE

Intorno al Tavolo della sostenibilità si raccolgono esperienze dal mondo della produzione, dell'associazionismo, della formazione e delle politiche territoriali. Sono realtà che danno con il loro esempio risposte concrete sulla "direzione giusta" da tenere: dal punto di vista sociale ambientale ed economico. Dall'importanza del sud, alla valorizzazione delle risorse, dei territori, dei saperi.

Around the Sustainable Table we bring together experiences from the worlds of production, associations, training and community policies. These are genuine factors that through their examples give concrete answers on the "right direction" to take: from the social, environmental and economic point of view. From the importance of the South, to appraisal and improvement of resources, communities and knowledge.



Flos - Kelvin Led

Le "stelle" di FLOS

The company has been an Energy Star Partner since 2008, a qualification granted by the U.S. government agency which guarantees quality, efficiency and energy savings.

L'azienda è dal 2008 Energy Star Partner, marchio dell'agenzia governativa Usa che garantisce qualità, efficienza e risparmio energetico. I prodotti Flos sono garantiti in Europa dal rispetto delle normative ENEC (certificazione di parte terza applicabile agli apparecchi di illuminazione).

La collezione Soft Architecture (tecnologia Under-Cover), di cui Flos detiene un accordo di licenza esclusiva nel comparto illuminazione, ha ottenuto la certificazione Cradle to Cradle silver.

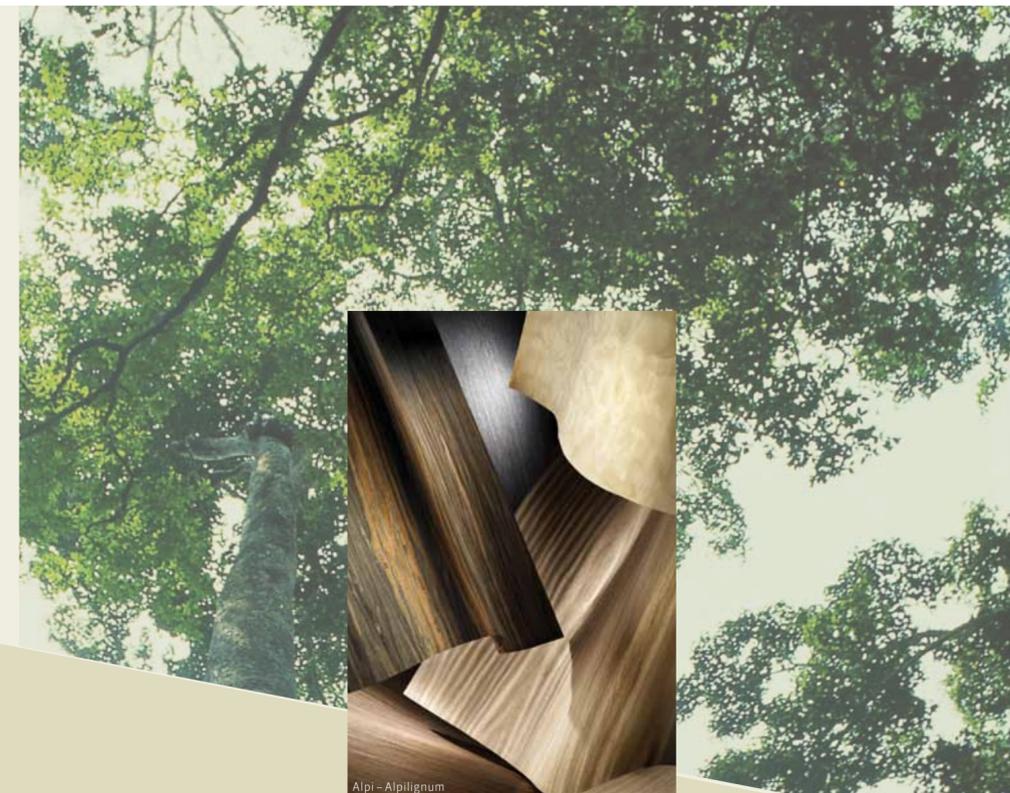


ALPI

Our answer is sustainable forest management. In Cameroon we are contributing to the safeguarding and respect of the forest and its inhabitants.

La nostra risposta è una gestione forestale sostenibile. In Camerun contribuiamo alla salvaguardia e al rispetto della foresta e dei suoi abitanti. La foresta è una fonte rinnovabile di materia prima e, soprattutto, un bene comune. Come leader mondiali nella produzione di legno multi-laminare, abbiamo messo a punto un sistema per ricreare ogni essenza legnosa presente in natura, partendo da alberi provenienti da coltivazioni a rapido accrescimento o da concessioni forestali gestite responsabilmente. Vuol dire impegnarsi per avere il pieno controllo dell'intero processo produttivo, a partire dal lavoro nelle concessioni africane, dove operano oltre 2 mila addetti. Alpi è membro del Tropical Forest Trust, TFT, con il quale coopera dal 2007. Dal 2008 ha ottenuto la certificazione FSC (Forest Stewardship Council); il pioppo italiano proviene da foreste gestite con rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. La catena di custodia FSC è estesa dal 2010 anche all'ayous africano, che con il pioppo rappresenta una materia prima fondamentale per la produzione del tranciato Alpillignum, il legno decorativo portavoce del marchio nel mondo. Un traguardo che arriva dopo l'ottenimento nel 2009 della certificazione OLB (Origine et Legalité des Bois, attesta la legalità di provenienza del legno). Gli interventi volti al miglioramento della sicurezza e salute dei lavoratori, la messa a norma di siti e impianti e l'ottimizzazione della gestione sono una garanzia per designer, progettisti, contractors, produttori di mobili e serramentisti che vogliono utilizzare i legni Alpi.

Marco Monti, responsible marketing Alpi



Alpi - Alpillignum



Elica - Skin

ELICA

Attention to corporate social responsibility should be at the heart of all producers.

L'attenzione alla responsabilità sociale d'impresa deve essere al cuore di chi produce. Elica ha ottenuto riconoscimenti internazionali e promosso iniziative che testimoniano questa sensibilità e che sono un ottimo modo per comunicare la direzione giusta: dal Great Place to Work 2011 che l'ha designata prima impresa in Italia dove si lavora meglio; al Top Employers Italia 2010 e 2011 per attrarre e mantenere persone di talento; al Premio Etica e Impresa 2009 per il migliore Accordo Integrativo. Altre tappe: Elica Life+, agevolazioni economiche e culturali per i dipendenti; E-Straordinario, cicli di formazione con la Fondazione Ermanno Casoli che utilizza l'arte contemporanea come "palestra mentale" all'innovazione; Progetto Jonathan, per l'inserimento lavorativo negli stabilimenti di giovani a rischio emarginazione o devianza. L'azienda ha siglato inoltre il Codice di Condotta Cece, accordo etico per la pubblicazione dei reali valori numerici dei prodotti. Dal 1999, ha la Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale ISO 14001. Da 40anni, si dice in azienda, Elica è Aria nuova: responsabilità ambientale e sociale unita a esperienza, innovazione, design e cura del prodotto, sono fattori che hanno portato l'azienda a essere leader mondiale nel mercato delle cappe da cucina, con circa 2.800 dipendenti e 9 siti produttivi tra Italia, Polonia, Messico, Germania, India e Cina.

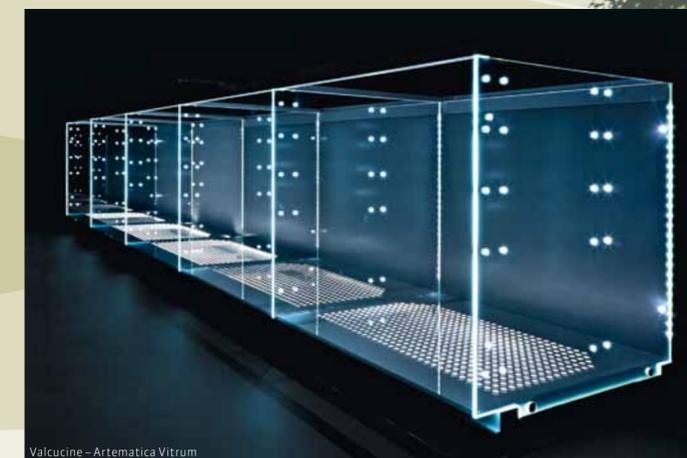
Riccardo Diotallevi, communication manager Elica

VALCUCINE

We want to express a sense of respect for life and for quality, together with responsibility in terms of society both present and future, and with cultural and social promotion of the communities in which we are rooted.

Vogliamo esprimere il rispetto per la vita e per la qualità, con responsabilità nei confronti della società presente e futura e con la promozione culturale e sociale dei territori nei quali siamo radicati. Alla design week, a Milano, lo showroom Valcucine di Corso Garibaldi, è ormai un punto di riferimento consolidato per il distretto di Brera e per il Fuorisalone. Sia come polo della cultura, dell'arte e del design, sia come spazio di offerta di servizi al mondo del design e ai cittadini. Di pari passo, è un ambiente dedicato alla promozione di arte ed eventi, a momenti di incontro e di scambio e, al tempo stesso, una vetrina in cui conoscere le novità di prodotto o consultare l'EcoBook Shop, con i numerosi volumi di bioarchitettura e di ecologia. Sintesi, trasformazione, espressione delle possibili vie creative di domani. Oltre allo spazio cucina, il Valcucine Living e l'inedito Valcucine Laundry (con AEG e Davidegropoli), un servizio concreto per il popolo "nomade" del design milanese (www.breradesigndistrict.it).

Daniele Prodocimo, responsabile marketing e comunicazione Valcucine



Valcucine - Artematica Vitrum

Nuup, Sustainable Creativity

Let's change the rules of the game!

Cambiamo le regole del gioco! Siamo un collettivo internazionale di designer e architetti promotori di un metodo progettuale basato sull'analisi ciclo di vita. Al Tavolo della Sostenibilità presentiamo Green Rules, progetto di educazione ambientale basato su diversi giochi per sfidare le competenze ambientali a tutte le età. Vogliamo coinvolgere anche gli addetti ai lavori del mondo del Design: gli imprenditori, i designer e gli artigiani.

Ci auguriamo che le nuove generazioni considerino come normale un comportamento volto al rispetto e alla difesa dell'ambiente, e che gli adulti, giocando, prendano coscienza del valore delle proprie azioni, anche quelle che considerano più insignificanti.

Tutti i giochi, sono pensati per stare insieme, per condividere le scoperte e mettere a nudo le proprie conoscenze! "Equilibriamoci" è il gioco rivolto ai bambini; "Chi sono?" è il gioco per ragazzi e "BeeSustainable" quello per adulti che ha l'obiettivo di realizzare un percorso verso uno stile di vita consapevole dell'ambiente, culturalmente e socialmente sostenibile.

Nuup Sustainable Creativity: Barbara Pollini, Camilo Martinez, Federico Freddi, Francesca Maccagnan, Gloria Escobar, Jared Jimenez, Luca Pastore, Marzia Di Penta e Serena Vinciguerra



Nuup - Green Rules

SABAF

The centrality of people, integrity of the environment and quality of life: a moral revolution is needed which has to start from within businesses.

Centralità della persona, integrità dell'ambiente e qualità della vita: serve una rivoluzione morale che parta dall'interno delle imprese. Nella convinzione che l'eco-risparmio possa cominciare anche dai fornelli, Sabaf ha continuato a investire in ricerca. Sono nati i nuovi bruciatori Alta Efficienza (AE) Sabaf, che hanno anticipato gli obiettivi fissati dall'Unione Europea per il 2020: riduzione del 20% delle emissioni inquinanti e innalzamento del risparmio energetico del 20%. In Sabaf pensiamo che l'impresa sia un bene d'interesse comune (ai dipendenti, ai collaboratori, al territorio) e in quest'ottica impostiamo i processi produttivi e le iniziative. Questo ha permesso all'azienda di adattarsi al mercato e di essere sostenibile nel tempo. Sviluppando l'idea che l'uomo sia la misura di tutte le cose e sia animato da un'insopprimibile vocazione a guardare il futuro. E' il primo passo che ci permette di sollecitare empatia e creatività e di accettare il rischio continuo dell'innovazione da parte di tutti, con l'implicita possibilità di errori. Ma riteniamo ne valga la pena.

Angelo Bettinzoli, amministratore delegato Sabaf



Sabaf - Serie II AE

MATERIAVERA

Eco-construction can be a 360 degree solution

La bioedilizia può essere una soluzione a 360 gradi. L'ambiente costruito e l'ambiente naturale possono trovare un modo di coesistere armonioso a vantaggio di un futuro migliore per tutti. Gli ingredienti: risparmio energetico, maggior comfort, basso impatto ambientale, maggior durata. Seguendo il percorso intrapreso negli anni '80 dal Centro Bioedile nell'ambito della bio-architettura, Materiviera lavora dal 2004 per diffondere il connubio architettura-natura-sostenibilità. Le nuove domande da stimolare: di cosa è fatto? Come è fatto? Dove avviene la lavorazione? Come si smaltisce? Come funziona e si ripara?

Elisabetta Tonali, architetto, fondatrice di Materiviera



Sabaf



Materiviera

OLTREMATERIA

Ethical business can be done.

Il business con l'etica si può fare. La citazione del Dalai Lama ci sprona a reinventare i nostri prodotti: superfici continue a bassissimo spessore (1/3mm) sostenibili, evolute e facili da posare. Produciamo e distribuiamo superfici continue a base d'acqua (Ecomalte), nel cui processo riutilizziamo parte dell'acqua per produrre i colori stessi. Ci proponiamo "step-by-step": di abbassare le percentuali di VOC, già sotto i limiti di legge e di uscire con la nuova serie Riciclo: un'innovativa Ecomalta composta con inerti provenienti dal riciclo controllato e certificato di vetro, specchio, cotto, marmo e vecchie lampadine. I contenitori sono secchi di plastica per alimenti, riciclabili. Due volte al mese: corsi specialistici per formare il personale.

Loris Casalbani, presidente Ecomat, titolare del brand Oltremateria



Oltremateria



Arreda.net - la casa moderna

ARREDA.NET

The quality that we're looking for is beauty.

La qualità che cerchiamo è la bellezza. Cosa sogna chi pensa alla propria casa? Spazi e progetti che cambiano il nostro modo di vivere, nuove atmosfere. Ci proponiamo di accompagnare il pubblico in un percorso alla scoperta di proposte nuove, stimolanti e possibili. Per fare questo abbiamo scelto elementi d'arredo con un rapporto qualità-prezzo ragionevole, con pezzi di buon design made in Italy e con soluzioni attente all'ambiente e al benessere delle persone.

Giuseppe Bruno, presidente Bussolino Group e Arreda.net - il primo network italiano dell'arredamento

SIXPEOPLE

Sustainability, harmony and happiness to communicate.

Sostenibilità, armonia e felicità per comunicare. Crediamo nell'equazione sostenibilità = armonia tra benessere personale e bene comune = felicità. Il bene comune lo esprimiamo nella scelta fatta un po' per fiuto, un po' per natura... sicuramente per passione: vivere al 90% da srl e al 10% da onlus (lavorando gratis per le cause che ci appassionano). Nel 2006 abbiamo sposato la causa di Argo Challenge per partecipare a Coppa America con un equipaggio di velisti disabili. Ci siamo poi appassionati a Sapori Reclusi, associazione con workshop nel carcere di Alessandria e una mostra itinerante, approdata con successo al Salone del Gusto di Slow Food. Nel frattempo abbiamo dato una mano ai contadini di tutto il mondo che fanno parte della rete di Terra Madre.

Paola Lamborizio e Giorgio Racca, Sixpeople - agenzia di comunicazione e design



nora Italia - noraplan



aManiLibere - Fiori



Casa Mediterranea



CASA MEDITERRANEA

Aiming towards the young / improving the south

Puntare sui giovani / valorizzare il sud. Nel 2010 ho vinto con Silvia Di Dio il concorso della Regione Puglia "Principi Attivi - Giovani idee per una Puglia migliore" con il progetto CASAmediterranea in partnership con Best Up e Lago. E' una casa creativa, luogo di aggregazione, confronto e libera circolazione di idee. Qui si investe nel capitale delle relazioni, attraverso iniziative di respiro internazionale finalizzate a valorizzare il saper fare locale. Si promuovono comportamenti del vivere quotidiano che riconducono la questione ambientale al centro di ogni scelta. Sono grata alla mia Regione che sta offrendo a tanti "spiriti creativi" concrete occasioni di apprendimento, responsabilizzazione e attivazione diretta.

Angelica Longo, architetto, responsabile Casa Mediterranea

nora® Italia

Greetings for the users and the environment, according to the harsh norms of the Blue Angel certification

Salute degli utilizzatori e dell'ambiente, secondo i severi canoni della certificazione Blue Angel, la sola con una sezione dedicata alle pavimentazioni resilienti. Avendo ottenuto il prestigioso riconoscimento, sia per le pavimentazioni sia per i materiali usati per installarle (adesivi, livellanti), nora® è in grado di garantirne l'assoluta non nocività in termini di emissioni anche in ambienti chiusi. I requisiti correlati alla salute dell'uomo e alla salvaguardia dell'ambiente sono un elemento fondamentale sia della filosofia nora® sia dell'etichetta Blue Angel, la più esigente certificazione ambientale riconosciuta a livello internazionale che, partendo dai requisiti dello schema AgBB tedesco (base per la normativa europea per il controllo delle emissioni VOC, composti organici volatili come benzene e formaldeide), ne rende più restrittivi i limiti mettendo al bando tutte le sostanze ritenute nocive dalla Unione Europea. Dato che l'affidabilità dei materiali dipende dal continuo aggiornamento nella ricerca, nora® non solo ha scelto per i suoi prodotti Blue Angel, ma testa volontariamente la presenza di ulteriori composti pericolosi come stirene e naftalina. Il mantenimento della certificazione richiede, peraltro, un adeguamento progressivo delle sostanze testate sulla base di nuove evidenze scientifiche, per garantire agli utilizzatori il meglio che la tecnologia può offrire. Tra gli spazi che nora® ha contribuito a realizzare nel mondo: la City Hall di Londra, l'Aeroporto Kansai di Osaka, le carrozze della Metropolitana di New York, l'ospedale SanCamillo di Roma, il Pirellone di Milano.

Alessandro Bonafede, amministratore delegato di nora® Italia.

aManiLibere - FiloDritto

Autonomous production and social design

Autoproduzione e design sociale. L'Associazione culturale "aManiLibere" da anni si occupa di recupero delle arti tessili siciliane. Ninni Fussone, sociologa con la passione per i tessuti e in particolare il feltro, ha avviato un laboratorio tessile destinato alle detenute e detenuti che in breve tempo ha conquistato uno spazio importante anche da un punto di vista umano e terapeutico nel difficile percorso di rieducazione. Da aManiLibere nel 2011 è nata FiloDritto, cooperativa sociale. L'Associazione e' parte costitutiva di Best Up Sicilia.

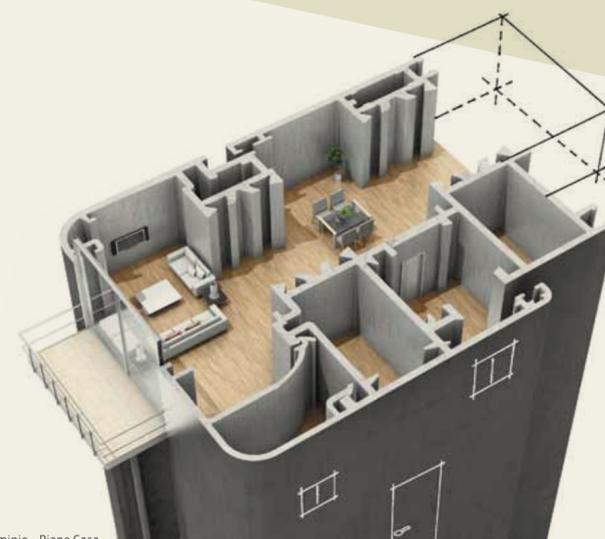
Ninni Fussone, fondatrice aManiLibere - FiloDritto

FRESIA ALLUMINIO

The new forms of media can convey to the wider public the themes and ideas of economy and sustainable living.

I nuovi media possono veicolare al grande pubblico i temi del risparmio e dell'abitare sostenibile. In un settore "jurassico" dal punto di vista tecnologico-informativo abbiamo creato un portale web aziendale diventato in breve tempo il più visitato del settore (400.000 visitatori/anno e 3,5 milioni di pagine visitate). Il segreto è il continuo aggiornamento in tempo reale sulle disposizioni della normativa vigente, sugli incentivi e sulle opportunità per chi progetta, costruisce e ristruttura con attenzione alla salute e al risparmio energetico. Fresia Alluminio ha puntato molto anche sulla creazione di un canale dedicato su Youtube, una "fan page" su Facebook (1800 iscritti) e una web-TV con dirette web-streaming dai nostri convegni e incontri. Dal 2006 a oggi abbiamo promosso e partecipato a oltre 100 convegni dedicati al risparmio energetico legato al bonus fiscale del 55%, formando più di 5000 addetti ai lavori sul tema e cercando di coniugare design e comunicazione.

Massimiliano Fadin, architetto, responsabile comunicazione Fresia Alluminio



Fresia Alluminio - Piano Casa

AL TAVOLO DELLA SOSTENIBILITÀ

IKEA

Promoting behaviour and domestic actions that in their own small way can guarantee a future for society and the Earth as we know it.

Portare avanti azioni dirette e promuovere tutti i comportamenti domestici che possono aiutare la Terra e le Persone ad avere un futuro migliore. E' un impegno che sottoscriviamo fin da ora. Abbiamo tutte le competenze, le risorse e l'energia per muovere passi sempre più decisi verso la sostenibilità, sapendo che il più rimane ancora da fare. Nasce così il Report ambientale, sociale e delle Risorse umane 2010, ricco di informazioni e dati sulle iniziative intraprese da IKEA Italia per aiutare l'ambiente e le persone. Si aggiunge il progetto "Sportello Ambiente", nato dalla collaborazione tra Legambiente e IKEA: clienti e visitatori hanno potuto ricevere gratuitamente suggerimenti su come migliorare l'efficienza domestica e ridurre le spese, oltre a informazioni su pannelli solari, energie rinnovabili e tecnologie amiche dell'ambiente. Il progetto è patrocinato dal Ministero dell'Ambiente e Tutela del Territorio e del Mare, che appoggia anche la campagna "Isolando", che dimostra come si può ristrutturare casa, risparmiando energia e guadagnando in benessere.

Riccardo Giordano, Environmental Manager IKEA Italia

CRADLE TO CRADLE NETWORK

From cradle to cradle, to go from eco-efficiency to eco-effectiveness.

Dalla culla alla culla, per passare dall'eco-efficienza alla eco-efficacia. Al Tavolo della Sostenibilità, Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo presenta il catalogo GOOD PRACTICE HANDBOOK, realizzato con gli altri 9 partner europei del Cradle To Cradle Network. Quasi 160 le buone pratiche di sostenibilità realizzate da imprese ed enti pubblici sensibili ai principi dell'approccio Cradle To Cradle. I temi affrontati sono lo sviluppo di aree e infrastrutture territoriali, i prodotti e i processi industriali e artigianali, il design delle costruzioni, il governo del territorio. "Cradle To Cradle" sposta l'obiettivo dalla eco-efficienza all'eco-efficacia. Non si cerca più di ridurre e minimizzare l'impatto negativo delle attività umane ma si massimizza un impatto positivo (positive footprint). L'obiettivo è quello di coniugare il legittimo desiderio di una crescita economica con il massimo rispetto dell'ambiente nel breve e nel lungo periodo.

Gianluca Sala, Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo

RIVAVIVA

Looking after the environment. Starting with your own.

Prendersi cura dell'ambiente. Cominciando dal proprio. RivaViva parte da qui per creare una linea d'arredo eco-compatibile, che utilizza solo legno massello proveniente da coltivazioni controllate, le cui fasi di lavorazione sono improntate al totale rispetto dell'ambiente. Le priorità: responsabilità sociale d'impresa, rispetto delle normative vigenti in merito a salute e sicurezza dei lavoratori; adeguamento degli spazi con criteri eco-compatibili; tracciabilità (ogni articolo ha una "scheda prodotto"); attenzione alle fasi di smaltimento e riuso per ridurre sprechi e scarti; selezione dei fornitori.

Cristina Riva, architetto, titolare RivaViva



Ikea - Rapporto ambientale 2010

IGUZZINI

Producing sustainable quality: this means applying the same criteria used for efficient lighting design also in production sites and the workplace, where the idea of the "people and environment" relationship is intrinsic.

Produrre qualità sostenibile: significa applicare gli stessi criteri adottati per progettare l'uso efficace della luce anche nei luoghi del produrre, dove il tema della relazione "persone e ambiente" è intrinseco. Emblematica di questo approccio, è la nuova sede bioclimatica di Recanati - "i Laboratori della Luce" - progettata dall'arch. Maurizio Varratta, prima struttura in Italia ad aver ottenuto dall'ISBE Italia (costola dell' "international initiative for Sustainable Built Environment" organizzazione non profit per la diffusione di politiche, metodologie e strumenti per la promozione di un ambiente costruito più sostenibile) un punteggio di certificazione energetica 3.5. L'incontro tra architettura e nuove tecnologie in chiave eco-sostenibile favorisce la comunione tra ambiente naturale e paesaggio costruito: nuovi materiali e tecnici garantiscono l'autoproduzione energetica, la biodegradabilità, la riciclabilità, il bioclima. L'architettura è dotata di un Building Management System, un "cervello" che percepisce e comanda tutte le regolazioni previste per ridurre al minimo i consumi energetici e donare il miglior comfort agli occupanti.

Adolfo Guzzini, presidente iGuzzini Illuminazione

iGuzzini - Crown

C2C

NETWORK



RivaViva - GeaDue

Best Up Sicilia

The BestUp Archipelago is spreading all over Italy, and BestUp Sicily has three new contacts

L' Archipelago Best Up si estende in tutta Italia e Best Up Sicilia ha tre nuove referenti. A Palermo, Leontine Regine coordinatrice del comitato Fa la cosa giusta Sicilia; a Enna, Ninni Fuscione fondatrice di A Mani Libere - associazione per il recupero dei saper fare siciliani e di FiloDritto, cooperativa sociale; in provincia di Messina, Antonia Teatino responsabile di O2Italia, rete per la promozione del design sostenibile connessa al Global Network O2. Fa parte del Comitato Etico-Scientifico di Best Up Anna Catania della Facoltà di Architettura e Design di Palermo.



A4A Design - resetTable



CP Parquet - Noce



Electrolux - Techna Green e Sunny

Electrolux-WWF per le scuole

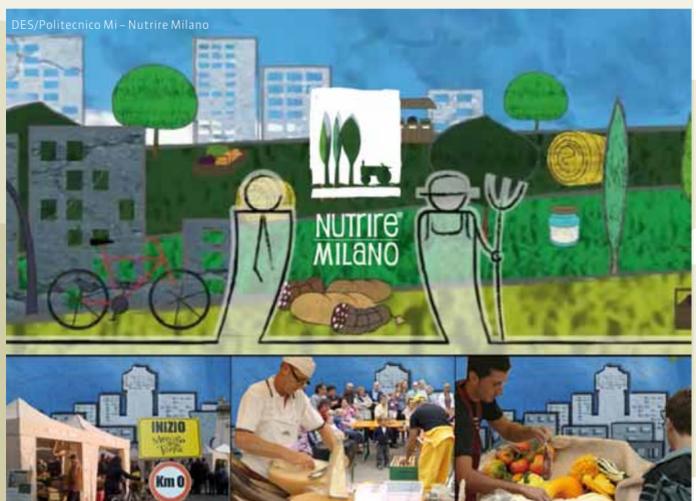


Federlegno-Arredo: Rapporto ambientale 2011

84 businesses with a turnover of €2.5bn

84 aziende per un fatturato di 2,5 miliardi di euro nel terzo rapporto della filiera legno-arredamento. Per la prima volta sono compresi i settori illuminazione e bagno.

Arricchito da un'analisi dei fabbisogni tecnologici da colmare per soddisfare il plus d'innovazione e una ricerca sulla comunicazione ambientale nelle riviste di settore.



DES/Politecnico MI - Nutrire Milano

CP PARQUET

High quality raw materials and the use of non-toxic dressings for a 100% made in Italy manufacturing process.

Grande qualità delle materie prime e impiego di finiture atossiche per una lavorazione al cento per cento made in Italy. CP PARQUET è anche una tra le prime aziende italiane ad aver ottenuto la certificazione ISO 14001/2004, con un controllo costante e sistematico degli aspetti ambientali correlati all'attività produttiva per affrontare il delicato equilibrio tra mantenimento del profitto e riduzione dell'impatto ambientale. L'impresa si è impegnata nel tempo a ridurre al minimo i rifiuti e riutilizzare le risorse naturali del processo produttivo. Ciò che rimane della lavorazione dei parquet non viene buttato ma è usato per riscaldare l'azienda e alimentare impianti di verniciatura, essiccatoi e forni o utilizzato per la produzione di pellets impiegati per il riscaldamento domestico.

Massimo Gasperini, Cristina Gasperini e Antonio Tonella, titolari CP Parquet

DES - POLITECNICO DI MILANO

service design

Design dei servizi. I servizi sono riconosciuti come oggetto di competenza del Design. In Italia il Politecnico di Milano ha fondato il Centro DES (Design dei Servizi) come luogo di ricerca e didattica specializzato. Fra i progetti più interessanti c'è Nutrire Milano, condotto con Slow Food. Obiettivo: collegare, valorizzare e ottimizzare le microproduzioni agricole intorno a Milano, favorendo la trasformazione e la distribuzione dei cibi nell'ottica della qualità e della trasparenza. A km 0.

Anna Meroni, architetto, docente Politecnico di Milano

ELECTROLUX

We have the opportunity to be part of the solution, making consumers aware of the importance of an informed and intelligent choice.

Abbiamo l'opportunità di essere parte della soluzione, sensibilizzando i consumatori sull'importanza di una scelta consapevole. Nel rispetto ambientale che è nel codice genetico di Electrolux. Un'affermazione che trova conferme in decenni di continuo impegno non solo nella ricerca di prodotti e processi produttivi più efficaci ed efficienti, ma anche in attività di comunicazione mirata. Un approccio integrato dove non si dimentica nessuna tappa della filiera e dove ogni fase del ciclo di vita rappresenta la sola via da percorrere per ridurre al minimo il nostro impatto ambientale. A prova di un impegno reale, in un mondo in cui parlare di ambiente è di moda, offriamo la garanzia di enti e organismi indipendenti che sulla base di criteri oggettivi certificano i risultati. Il 94% delle fabbriche del Gruppo nel mondo hanno ottenuto la certificazione ambientale ISO 14001. Dal 2002 i consumi dei prodotti Electrolux sono diminuiti dal 25 al 30 per cento.

Michela Diffidenti, responsabile relazioni pubbliche e progetti speciali Electrolux Appliances Elettrodomestici Italia

L'IMPORTANZA

DEI PERSONE

THE IMPORTANCE OF PEOPLE

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. In queste pagine donne e uomini che con il loro lavoro collaborano all'affermazione dell'abitare sostenibile anche sostenendo le attività di Best Up. Li ringraziamo.

Sometimes it takes only one, to change a situation, to generate new processes. Each of us can be that person, it is sufficient to believe in improvement and to follow your own talents. The first step on a sustainable journey is that of improving the human resources available. In these pages men and women along with their efforts work towards an affirmation of sustainable living through participating in the Best Up activities. We would like to thank them.



16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26

Angelica Longo 18
 Laurea in architettura e master alla Domus Academy, è responsabile del progetto Casa Mediterranea nell'ambito del progetto "Principi Attivi" della Regione Puglia.
"Con il progetto CASA Mediterranea, posso non solo ritornare nella mia terra, ma arricchirla delle mie esperienze più innovative e sostenibili"

Cristina Riva 19
 Titolare di RivaViva, architetto e imprenditrice.
"Ho creato RivaViva, per la ricerca e la produzione di mobili ecosostenibili. L'intento è una filiera trasparente e benessere per le persone e l'ambiente"

Beatrice Bortolozzo e Leo Breedveld 20
 Soci fondatori dello Studio 2B specializzato in Lca per le imprese e percorsi educativi. Insieme nella vita e nel lavoro, hanno tre figli. Esperta in comunicazione e marketing ambientale, lei: *"Sviluppo strategie di sostenibilità per le aziende e percorsi di formazione per menti curiose, dai 3 ai 99 anni"*. Esperto di LCA ed eco-design, lui: *"Analizzo il ciclo di vita di prodotti e servizi per sviluppare di nuovi a basso impatto ambientale o migliorare gli esistenti"*

Elisabetta Tonali 21
 Bioarchitetta e paesaggista, ha fondato Materivera, centro di diffusione della cultura della bioedilizia e di vendita di materiali da costruzione ecologici.
"Voglio progettare forme che portino bellezza e freschezza nel nostro mondo, con materiali naturali che rispettano l'uomo, l'ambiente e i ritmi della natura"

Cp Parquet 22
 Massimo Gasperini, Amministratore responsabile produzione e acquisti; Cristina Gasperini Customer service e ordini; Antonio Tonella, Responsabile produzione e acquisti.
"Fra le nostre priorità la filiera trasparente, il made in Italy e la protezione della salute dei lavoratori, dei consumatori e dell'ambiente"

Gabriella Del Signore 23
 Titolare Ghenos Communication, agenzia di PR e media relations nell'arredamento e nel design.
Crediamo che il futuro delle imprese si gioca sulla sostenibilità; ci prefiggiamo di sensibilizzare media, progettisti e imprese motivandoli a promuovere economie sostenibili"

Riccardo Diotallevi 24
 Communication Manager Elica.
"Responsabilità ambientale e sociale unita a innovazione, design e cura del prodotto ci hanno portato alla leadership del settore"

Riccardo Giordano 25
 Responsabile Ambiente IKEA Italia Retail.
"Vogliamo rendere migliore la vita quotidiana di un sempre più grande numero di persone"

Francesco Ponzellini 26
 Amministratore delegato Editrice Compositori, di cui è Presidente il fratello Andrea.
"Attraverso la rivista Ottagono e le attività librarie, esprimo da alcuni anni l'interesse ai temi della sostenibilità, con riferimento all'industria del design e all'architettura. Le nostre pubblicazioni sono certificate FSC"

IL COMITATO ETICO SCIENTIFICO DI BEST UP

- Beatrice Bortolozzo** marketing ambientale; Studio 2B
- Clare Brass** Seed Foundation (Londra)
- Leo Breedveld** consulenza Lca; Studio 2B
- Sergio Calatroni** architettura, design, formazione; Imperial University; Tokio e Scuola in Marocco
- Anna Catania** ricercatrice; Università di Palermo - Dip. Design
- Marco Capellini** eco-consulenze; Capellini design&consulting; Matrec; Remade in Italy
- Aldo Cibic** design, architettura
- Aldo Colonnetti** comunicazione e formazione; Direttore IED Milano
- Emilia Costa** docente; PoliMi - Dip. Abita
- Arturo Dell'Acqua Bellavitiis** Vicepresidente Triennale, Direttore Dip. Indaco/PoliMi, Presidente Innova.com
- Michele De Lucchi** design, architettura; AMDL
- Eliana Farotto** formazione e promozione; Comieco
- Luca Fois** promozione, eventi, formazione; Presidente Zona Tortona
- Ambra Fratti** comunicazione e promozione; Alam Per Comunicare
- Piera Gandini** imprenditrice
- Alessandro Lolli** management, editoria; Editrice Compositori
- Ezio Manzini** ricerca, formazione, docente; PoliMi - Dip. Indaco
- Roberto Marcati** ricerca, formazione; PoliMi, direttore nazionale ADI, vicepresidente H2O
- Alberto Meo** design, formazione; docente Iuav Venezia
- Anna Meroni** formazione; docente PoliMi - Dip. Indaco
- Laura Molla** trade, rapporti istituzionali Federmobili; Direttore Innova.com
- Giampaolo Pacini** consulenza strategia d'impresa (CMC)
- Giovanni Petrin** consumo critico e economia solidale, resp. Eventi Terre di Mezzo/ Fa' la cosa giusta!
- Carlo Proserpio** ricerca formazione; PoliMi - Dip. Indaco
- Paolo Righetti** architettura, formazione; Laboratorio Dagad
- Paolo Rosa** formazione, multimedialità; presidente Ass. Lab. Fabbrica del Vapore, Studio Azzurro
- Daniela Ruggieri** Comunicazione ambientale, consulente consorzi e imprese
- Sabina Santovetti** bio-architettura, eventi
- Carlo Vezoli** ricerca, formazione; docente Politecnico Milano, dip. Indaco
- Alessandra Zamagni** ricerca; Enea, Bologna

Eliana Farotto 01
 Responsabile ricerca e sviluppo Comieco. Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi.
"Continua il nostro impegno a diffondere nelle università e fra i progettisti concetti quali ciclo di vita, riciclo ed eco-design dei prodotti cellulotici"

Marco Monti 02
 Responsabile marketing Aipi.
"Il nostro progetto è una gestione forestale sostenibile in Camerun perché ogni nostro legno contribuisca alla salvaguardia e al rispetto della foresta e dei suoi abitanti"

Loris Casalboni 03
 Ricercatore e tecnico bioedile, è presidente Ecomat, titolare del brand Oltremateria.
"Il business con l'etica si può fare"

Angelo Bettinzoli 04
 Amministratore delegato Sabaf.
"L'eco-risparmio può cominciare ai fornelli"

Massimiliano Fadin 05
 Architetto e responsabile comunicazione Fresia Alluminio.
"Sono instancabile e determinato a passare informazioni utili ai consumatori"

NUUP Sustainable Creativity 06
 Barbara Pollini, Camilo Martinez, Federico Freddi, Francesca Maccagnan, Gloria Escobar, Jared Jimenez, Luca Pastore, Marzia Di Penta e Serena Vinciguerra
"Nuup significa insieme nella lingua Maya; il lavoro di squadra e la condivisione delle conoscenze sul design sostenibile sono i punti di forza del nostro gruppo"

Ezio Manzini 07
 Professore di Disegno Industriale al Politecnico di Milano. Teorico e saggista.
"Ora il centro delle mie attività è l'innovazione sociale, uno dei maggiori agenti del cambiamento"

Michela Diffidenti 08
 Responsabile relazioni pubbliche e Progetti Speciali Electrolux Appliances Elettrod. Italia.
"Vogliamo continuare a fare rete e diffondere "Semi di sostenibilità". Tra i progetti 2011 spicca quello dedicato all'alimentazione, un seme di fondamentale importanza a livello globale"

Anna Meroni 09
 Docente al Dip. Indaco del Politecnico di Milano, insegna Design dei Servizi e Design Strategico.
"Mi occupo di design, ovvero di immaginare il migliore dei mondi possibili. Non prodotti, ma soluzioni e servizi. Perché il futuro è questo, ed è già oggi"

Maurizio Ricupati 10
 Titolare del negozio Mav Arreda, Milano. Presidente GIF, Giovani Imprenditori Federmobili.
"Il negozio è una leva strategica del cambiamento. L'unione fa la forza e occorre sviluppare l'associazionismo"

Adolfo Guzzini 11
 Presidente di iGuzzini Illuminazione.
"Nel '63, con mio fratello Giannunzio, abbiamo creato iGuzzini Illuminazione scegliendo un approccio innovativo, l'illuminotecnica. Il fil rouge è sempre stato la cultura del design e della luce, con attenzione allo sviluppo sostenibile"

Piero Gandini 12
 Presidente Flos dal 1999.
"Ci sono innovazioni di processo-prodotto e nuovi materiali che rivoluzionano il modo di progettare. Altre guardano al futuro anticipando tendenze e bisogni del mercato"

Gabriele Centazzo 13
 Socio titolare e Presidente Valcucine, designer.
"Produrremo solo ciò che è bello, rispettoso del pianeta e dell'uomo"

Alessandro Bonafede 14
 Amministratore delegato di nora® Italia.
"Sono un ecologista con i piedi per terra, convinto che persone e aziende possano e debbano impegnarsi per un ambiente migliore senza per questo compromettere lo sviluppo"

Giuseppe Bruno 15
 Presidente di Arreda.net, primo network italiano dell'arredamento.
"Bellezza e sostenibilità per garantire il futuro alle nuove generazioni. Sono tanto più motivato dalla nascita di mio figlio Tommaso, 1 anno il 29 marzo"

Ambra Fratti 16
 Ideatrice di Alam per comunicare, relazioni pubbliche per l'arredamento, l'architettura e il design.
"La maggior parte delle aziende con le quali lavoriamo hanno sviluppato da tempo una forte vocazione alla sostenibilità ambientale, praticandola con convinzione. La nascita di Best Up ha contribuito ad allargare gli orizzonti: nuove opportunità di scambio, confronto, incontro"

Paola Lamborizio e Giorgio Racca - Sixpeople.it 17
 Titolari dell'agenzia, specializzata in comunicazione e design.
"Ci piace mescolare l'arte, la cucina, la fotografia, l'impegno sociale. Grazie ai nostri partner, ci occupiamo anche di editoria e di nanotecnologie"

SOSTIENI BEST UP

**+BEST UP
-CO2**

**PIÙ BEST UP,
MENO IMPATTO
AMBIENTALE**

www.bestup.it

Perché e come sostenerci:

Abbiamo tanti progetti: quanto più potremo agire quanto più contribuiremo ad una comune consapevolezza che premierà, senza alcun dubbio, persone, territori, prodotti, servizi e attività orientati alla sostenibilità.

Da cinque anni lavoriamo tantissimo per diffondere nell'ambito dell'abitare i contenuti della sostenibilità: sociale, ambientale ed economica. Nostro patrimonio inattaccabile sono le motivazioni, i contenuti e le relazioni positive che si vanno arricchendo ad ogni nuova azione. Ci viene riconosciuto un ruolo positivo e ispirante e, in tempi recenti, abbiamo avuto due conferme molto importanti: ADI Lombardia ci ha dedicato 7 pagine del Design Codex 2011 e il Network europeo per la promozione del C2C (Cradle to Cradle) ci ha selezionato fra le buone pratiche europee. Dal punto di vista economico non abbiamo ancora raggiunto la sostenibilità: abbiamo un bilancio trasparente, ci appoggiamo a Banca Etica per qualunque transazione, paghiamo chi lavora per noi ma vorremmo raggiungere "uno stipendio per Best Up". Potete sostenerci coinvolgendoci in progetti, aderendo all'Associazione, commissionando lavoro alla neonata Best Up-Servizi.

"+BEST UP -CO2" (MORE BEST UP, LESS ENVIRONMENTAL IMPACT). WHY AND HOW TO SUPPORT US

For five years we have been working flat out to introduce and spread the basic elements of sustainability, (social, environmental and economic) into the area of modern living. The invincible weapons at our disposal are nothing less than motivation, content and the positive relationships that develop and are strengthened with every new venture. We can certainly claim to be environmentally sustainable: We work from a cooperative based in a crafts workshop in the Ticinese area and we use bicycles, trams and trains. At a social level we are certainly sustainable: our role is recognized as being both positive and inspiring and recently we have received two important accolades: ADI Lombardy dedicated 7 pages of the Design Codex 2011 to us and C2CN, the European Network for the promotion of C2C (Cradle to Cradle), chose us among the examples of good European practice. From the economic point of view we're not yet sustainable: we have an open budget and balance, we use the Banca Etica for all our transactions, we pay those who work for us, but we'd like to reach the stage of "a salary for Best Up". By getting involved in our projects, the European ones for example, by commissioning the newly-arrived Best Up-Servizi to carry out a project.

Best Up Servizi per la sostenibilità:

Chi la conosce la riconosce / Chi la ama la valorizza / Chi ha gli strumenti la promuove

Dal 2006 Best Up svolge attività di sensibilizzazione e diffusione della cultura dell'abitare sostenibile con particolare competenza nell'area della comunicazione. Best Up SERVIZI nasce nel 2011 e si avvale di un ricco patrimonio di relazioni con professionisti e consulenti preparati e affidabili ed enti accreditati e autorevoli accumulato nel corso delle attività svolte. Obiettivo comune a tutti è "Valorizzare le relazioni, le risorse e le competenze di quei soggetti, pubblici e privati, che operano affinché il vivere quotidiano e l'abitare siano in sintonia con la salvaguardia dell'ambiente e la tutela delle persone". Ogni azione sarà costruita in rapporto alle identità e alle risorse degli interlocutori. I campi di azione sono:

- INCONTRARE:** azioni ed eventi a respiro locale o nazionale su temi generali o specifici
- FORMARE/INFORMARE:** workshop, lezioni, conferenze, tavole rotonde
- ACCOMPAGNARE/FACILITARE:** azioni di accompagnamento generali e specifiche (processi di certificazione ambientale e sociale)
- COMUNICARE:** valorizzazione delle qualità di persone, prodotti, processi, imprese, enti, associazioni secondo principi di trasparenza e verità
- PROMUOVERE:** azioni per la diffusione di valori, prodotti e servizi
- VENDERE:** ottimizzazione del punto vendita, leva strategica fra produzione e consumo
- PROGETTARE:** concept e start up di impresa, processi, prodotti, servizi, eventi, negozi
- PARTECIPARE:** metodologie e azioni per progettazioni partecipate

BEST UP SERVIZI FOR SUSTAINABILITY, WHAT IS IT

"Those who know it, recognize it / Those who love it, appreciate it / Those who have the tools, promote it" Best Up SERVIZI was created in 2011 and can call on a rich heritage of relationships with qualified and reliable professionals and consultants, together with accredited organizations with experience gained through the various activities carried out. The common objective through all these is to "Appraise and improve relationships, resources and skills of those bodies, both public and private, who work in order that daily living and existence are in sintony with safeguarding the environment and the protection of people". Every action carried out by these experts will be done in the context of the identity and resources of the interlocutors. The areas of action involved are:

- MEETINGS:** actions and events at a local or national level on general or specific themes and issues
- TRAINING/INFORMING:** workshops, lessons, conferences and round tables
- ACCOMPANYING/FACILITATING:** general and specific examples of working together (processes for environmental and social certification)
- COMMUNICATING:** appraising and improving the quality of people, products, processes, businesses, organizations, and associations according to principles of truth and transparency
- PROMOTING:** actions aimed at the spreading of values, products and services
- SELLING:** optimization of sales points, the strategic fulcrum between production and consumption
- PLANNING:** concept and start up of businesses, processes, products, services, events and retailers
- PARTICIPATING:** methodologies and action for shared planning and designing

VERSO IL NEGOZIO SOSTENIBILE

TOWARDS SUSTAINABLE RETAILING



Best Up ha focalizzato fin dal 2008 la centralità strategica del negozio indipendente di arredamento come vettore di trasmissione ed educazione alla sostenibilità. Insostituibile punto di collegamento fra utenti e produttori, il negozio può informare, raccogliere feedback, orientare a consumi consapevoli e al soddisfacimento del benessere individuale nel rispetto del Bene comune. Il negozio stesso può essere impresa esemplare per il territorio quando imposta la sua attività secondo criteri di sostenibilità ambientale e sociale: a partire dall'assunzione del Codice di etica commerciale fino alla definizione della sua struttura architettonica, all'ottimizzazione dei suoi consumi energetici per arrivare alla definizione dell'offerta di prodotti e servizi e alla gestione del "fine vita" del prodotto. In questa prospettiva Best Up ha formulato il "Ciclo di vita del negozio", concetto adottato nel "Sistema di valutazione e valorizzazione per la distribuzione indipendente del settore arredo" voluto da Federmobili (Innova.com e Gruppo Gif). Per accompagnare gli imprenditori del commercio che vogliono percorrere le varie fasi del Sistema, Federmobili ha previsto dei corsi formativi la cui stesura e conduzione è stata affidata a Best Up. Best Up Servizi svolge attività di consulenza per i negozianti in particolare nell'ambito della comunicazione, realizzazione di eventi, definizione dell'offerta di prodotti e servizi.

Since 2008, Best Up has focussed on the strategic central position played by the independent furniture retailer as a focal point for education and information on sustainability. As an irreplaceable point of contact between users and producers, a shop can provide information, gather feedback, point towards informed consumption and the satisfaction of the individual in terms of a more general sense of the common good. The same shop can also function as a shining example for the community when it carries out its activity according to environmentally and socially sustainable criteria: starting with adherence to the Code of Commercial Ethics, to a definition of its architectural structure, to optimization of its Energy consumption and finally arriving at a definition of the offer of products and services and the management of the product's "end-of-life". It is in this context that Best Up has drawn up its "Retail Life cycle" together with Federmobili (Innova.com and Gruppo Gif) on the drawing up of a "System for appraisal and improvement of independent distribution within the furniture sector" to accompany those business people who wish to follow the various phases of the System, Federmobili has organized training courses whose preparation and management has been entrusted to Best Up. Best Up Servizi also undertakes to provide consultancy services for retailers particularly in the fields of communications, event organization and the working out of product and service offers.

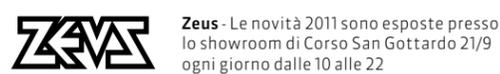
Per avere maggiori informazioni sul "Sistema verso il negozio sostenibile" vieni a trovarci dal 12 al 17 aprile alla Fabbrica del Vapore, via Procaccini 4, Milano, dalle 10.00 alle 22.00.

PER INFORMAZIONI SULLE QUOTE ASSOCIATIVE E SULLE CONSULENZE / FOR MORE INFORMATION:

www.bestup.it - info@bestup.it - 02/36577292

Best Up ringrazia:

SPONSOR TECNICI PER L'ALLESTIMENTO DELLO SPAZIO BEST UP



ENTI PATROCINATORI



SOCI SOSTENITORI

