

2009: SIAMO QUI!

Fabbrica del Vapore, via Procaccini 4

Itinerario sostenibile

Ecodesign al Fuorisalone

Caccia al tesoro

Rispondi alle domande e ritira i premi

Sei sicuro di non essere sostenibile?

Fatti guidare dal nostro Vademecum

Bello
Equo
Sos-
Tenibile

BEST UP

Editorial

+LCD -CO₂: the environmental and social responsibility of design

For us at Best Up sustainability is a whole, made up of people, spaces, products, services, visions and relationships which go to create a Beautiful, Equitable and Sustainable world (BEST). We have chosen to be part of this journey with our legacy of design knowledge, to compare ourselves with the rest of society and act accordingly (UP). We don't believe that design can survive in a closed introspective world, but that it should give a fundamental contribution to the construction of sustainable living, whether private or public, domestic or urban. From last year to the present we have continued the + Life Cycle Design -CO₂ campaign, highlighting the phrase *social and environmental responsibility of design*. In this way, we maintain that the eco-efficiency of processes, products and services is only valid if rooted in a society founded upon social justice. For this purpose, together with Ottagono, we have worked with the Milan Polytechnic Design Faculty to find a suitable symbol: we have published a selection. Feeling the need for a vision to guide choices and actions, we have asked Ezio Manzini for a contribution, and he has identified the solution as a renewed relationship between people, places and products/services; a positive change is only really possible starting from the crisis redefined as «opportunity». Together with Beatrice Bortolozzo of Studio 2B and Officina

Etica we have put together a «Vademecum» handbook for the self-assessment of the effectiveness of designers and businesses starting with the question: «Are you sure of not being sustainable?»; we want to get closer to those who perhaps think that undertaking sustainable policies is too difficult, and to help them discover that maybe they are already on the right track. Other definitions of the relationship between ethics and sustainability are to be found in the answers of some of our supporters, based on their experience in the sectors of company management, production, business, communication-marketing and planning. Finally, a word about Best Up: the circuit, the real one, made up of people and interactions, is ever more active and is extending into real places and networks. We are often in schools, side by side with designers, business people, and institutions. We work with both large and small organizations; North, Centre and South. The workload is tremendous, the resources are few, but we carry on regardless.

The bee continues to accompany us, because in its flight from flower to flower, we really recognize ourselves, intent on pollinating, exchanging ideas and nourishing ourselves and the world around us.

Clara Mantica e Giuliana Zoppis

Editoriale

+LCD -CO₂: la responsabilità ambientale e sociale del design

Per noi di Best Up la sostenibilità è un insieme fatto di persone, spazi, prodotti, servizi, visioni e relazioni che tendono a creare un mondo Bello, Equo e SosTenibile (BEST). Abbiamo scelto di essere in questo percorso con il nostro patrimonio di conoscenze sul design, di confrontarci con il resto della società e agire (UP). Pensiamo che il design non può vivere in un mondo blindato e autoriferito, ma che deve dare un contributo - fondamentale - alla costruzione dell'abitare sostenibile, sia esso privato o pubblico, domestico o urbano. Dall'anno scorso a oggi abbiamo proseguito la campagna +Life Cycle Design -CO₂ mettendo in luce il binomio *responsabilità ambientale e sociale del design*. Affermiamo così che l'eco-efficienza dei processi, dei prodotti e dei servizi è valida solo se radicata in una società fondata sulla giustizia sociale. A questo proposito, con Ottagono, abbiamo lavorato con la Facoltà del Design del Politecnico di Milano per trovare un simbolo adeguato: ne pubblichiamo una selezione. Sentendo la necessità di una visione che guidi scelte e azioni abbiamo chiesto un contributo a Ezio Manzini che identifica la soluzione in un rinnovato rapporto fra persone, luoghi e prodotti/servizi; un possibile cambiamento in positivo è possibile proprio a partire dalla crisi indicata come «opportunità». Con Beatrice Bortolozzo dello Studio 2B e Officina Etica abbiamo messo a punto un «Vademecum» per l'autovalutazione dell'operatività

di designer e imprese a partire da una domanda: «Sei sicuro di non essere sostenibile?»; vogliamo infatti avvicinare chi pensa che intraprendere politiche di sostenibilità è troppo difficile e aiutarlo a scoprire che magari è già sulla strada giusta. Altre declinazioni del rapporto fra etica e sostenibilità si trovano nelle risposte di alcuni fra i nostri sostenitori che ne fanno esperienza nell'ambito della gestione di impresa, della produzione, del commercio, della comunicazione-marketing e del progetto. Infine, il punto su Best Up: il circuito, quello reale, fatto di persone e scambi è attivo e si estende nei luoghi reali e nel network. Siamo spesso nelle scuole, a fianco di designer, imprenditori, istituzioni. Lavoriamo con piccole e grandi realtà; al nord, al centro e al sud. Il lavoro è tanto, le risorse poche ma noi resistiamo. L'ape continua ad accompagnarci perché, davvero, ci riconosciamo nel suo volo fra fiore e fiore nell'intento di impollinare, scambiare e nutrire noi stesse e il mondo che abbiamo intorno.

Clara Mantica e Giuliana Zoppis

危机



危机 = 危 + 机

In cinese, la parola crisi è composta da due ideogrammi: il primo significa insicuro, dannoso, pericoloso; il secondo nascita, inizio, opportunità. Il presente ha bisogno di visioni per orientare scelte e azioni. In queste pagine un intervento di Ezio Manzini e pensieri di Jeremy Rifkin, Associazione Libera, James Hillmann, Serge Latouche, Vandana Shiva, Wuppertal Institut

NEXT DESIGN/ NEXT ECONOMY Il design per l'innovazione sociale e la sostenibilità

Ezio Manzini, Politecnico di Milano e Comitato Etico-scientifico Best Up

Nell'epoca dei grandi cambiamenti sociali, ambientali ed economici, la cultura e la pratica del design devono passare da una logica orientata al prodotto a una orientata al servizio. Al centro dell'attenzione stanno le interazioni tra persone, oggetti e luoghi.

In cinese, come in altre lingue, il termine «crisi» ha il doppio significato di «rischio» e «possibilità». Siamo affrontando una profonda crisi mondiale e in molti si interrogano sui possibili rischi. Ma è necessario e opportuno parlare anche delle possibilità. Per il design, che per sua stessa natura non può che considerare le opportunità e cercare di diventare promotore attivo, ciò implica di cambiare profondamente il proprio modo di pensare e di operare:

1. Adottare un adeguato modello economico (next economy come economia sociale)

Le opportunità che la crisi sta generando sono: il re-orientamento ecologico dei sistemi di produzione e di consumo (per aumentare a loro efficienza ecologica); la produzione sociale dei servizi (per affrontare le nuove richieste e aumentare la coesione sociale); i programmi di eco-sviluppo regionale (per favorire l'uso sostenibile delle risorse locali, fisiche e sociali). Dalla crisi emerge dunque una nuova economia: una *next economy*, ben diversa da quella che era stata considerata «normale» fino ad ora. La *next economy* non si basa sui beni di consumo. La crisi mostra che la crescita continua dei consumi

«L'Europa deve presentarsi come portatrice del progetto di una società cosmopolita, i cui pilastri si chiamano cooperazione, diritto ed ecocompatibilità».

Wuppertal Institut, 2008

«...Rivoluzionare l'architettura per consentire a milioni di persone di produrre energia pulita e rinnovabile propria [...] e condividere le eccellenze con altri, tramite reti intelligenti di servizi pubblici, contribuendo a dare avvio alla Terza Rivoluzione Industriale e a una nuova era [...] dedicata alla democratizzazione dell'energia e allo sviluppo economico sostenibile»

Jeremy Rifkin

Da «Rivoluzionare l'architettura», proclama per l'11° Biennale di Architettura di Venezia

e insostenibile non solo dal punto di vista ambientale, ma anche da quello economico. La *next economy* ri-orienta dunque le proprie attività verso qualcos'altro. I suoi «prodotti» sono delle entità complesse, basate sull'interazione tra persone, prodotti e luoghi: sistemi distribuiti di generazione energia (per ottimizzare le reti e l'uso delle fonti rinnovabili); nuovi sistemi alimentari (per creare collegamenti diretti tra città e campagna); sistemi intelligenti di mobilità (per favorire il trasporto pubblico e la multimodalità); programmi di sviluppo urbano e regionale (per promuovere le economie locali); servizi collaborativi per la prevenzione e la cura della salute.

La *next economy* non è orientata al prodotto. La strategia migliore per uscire dalla crisi è promuovere sistemi e servizi. La *next economy* è dunque basata sulla realizzazione di sistemi socio-tecnici in cui persone, prodotti e luoghi interagiscono per raggiungere un risultato, cioè per produrre valore.

La *next economy* non è limitata all'economia di mercato. La crisi mostra che l'economia di mercato da sola non è in grado di risolvere tutti i problemi. La *next economy* investe tutte le sfere economiche e coinvolge una varietà di attori sociali: ditte private, istituzioni pubbliche, autorità locali, fondazioni, imprese sociali, associazioni non-profit, organizzazioni civili, gruppi di attivisti. E' un nuovo tipo di economia sociale che emerge da quattro domini economici convergenti: mercato, stato, fondazioni e attività individuali e famigliari.

La *next economy* nasce (prevalentemente) dall'innovazione sociale. I casi innovativi di *next economy* sono concepiti e messi in atto da gruppi di persone direttamente coinvolte nel problema da risolvere, piuttosto che da tecnici specialisti. Casi come questi sono intorno a noi, e determineranno i cambiamenti futuri. Per esempio, è risaputo che gli utenti, più che i tecnici, hanno iniziato molte delle più innovative applicazioni in internet e nei telefoni cellulari.

Esistono però anche casi meno noti e visibili ma altrettanto importanti: servizi collaborativi sul terreno sociale e residenziale, iniziative di riqualificazione urbana «dal basso», reti alimentari locali, basate su prodotti organici, programmi

di sviluppo locale sostenibile. Queste iniziative, che sono il risultato dell'attività congiunta di una molteplicità di associazioni, imprese, governi locali, possono essere viste come dei passi verso la sostenibilità in quanto generano nuove, e più sostenibili, idee di benessere e di attività produttive: un benessere attivo, basato su un senso di comunità e di valorizzazione dei beni comuni; dei sistemi produttivi intesi come reti di persone che collaborano a generare valore nel quadro di un nuovo rapporto tra locale e globale. La *next economy* chiede il *next design*. Dato che la *next economy* è una forma di economia sociale, il *next design* è un nuovo tipo di design: è il design per l'innovazione sociale. Il suo campo di competenza è maggiore rispetto a quello che si considera tradizionalmente. In particolare, comprende servizi e sistemi di cooperazione.

2. Ampliare la definizione di design (il ruolo centrale di design dei servizi)
Per essere un agente del cambiamento, il design deve considerare il terreno dei servizi, e in particolare dei servizi più innovativi, come un suo principale campo di azione. Il che significa:

Riconcettualizzare il design da un «orientamento al prodotto», ad uno «al servizio». Cioè: da un modo di pensare e di fare in cui i prodotti si trovano al centro della scena – e i servizi, quando sono considerati, lo sono come estensioni di prodotti-verso un approccio in cui al centro dell'attenzione stanno le interazioni tra persone, oggetti e luoghi. Cioè, appunto: i servizi.

Riconcettualizzare i servizi ampliandone il significato da «servizi standard» a servizi «collaborativi». Cioè da servizi basati sull'interazione tra chi offre il servizio e chi ne fruisce in modo passivo, a servizi in cui diversi attori collaborano nell'ottenimento di un risultato, cioè nella produzione di un valore condiviso.

L'orientamento del design verso il design per l'innovazione sociale implica anche la ridefinizione del ruolo dei designer nei sistemi di produzione e di consumo e nei processi progettuali. Abbiamo osservato, infatti, che nella società contemporanea l'innovazione più interessante è quella generata da un gran numero di persone creative. Queste persone generano

inedite reti progettuali: gruppi ampi e flessibili di attori sociali che concepiscono e sviluppano delle soluzioni in modo collaborativo. Per diventare agenti di questa innovazione, i designer devono considerarsi parte di queste reti emergenti, collaborando con gli altri partner, mettendo a disposizione le loro specifiche conoscenze e capacità.

3. Generare un nuovo sapere progettuale (visioni, proposte e strumenti di collaborazione).
Il design deve alimentare le nuove reti progettuali con un proprio specifico sapere fatto di visioni (di futuri possibili), proposte (di soluzioni praticabili) e strumenti (per metterle pratica).

Questo sapere progettuale è ancora in costruzione. Però, per ciò che riguarda la ricerca della sostenibilità, basandosi su più di 20 anni di esperienze, alcuni suoi capisaldi appaiono ormai sufficientemente chiari. Essi sono:

Cambiamenti sistemici Per andare verso la sostenibilità non basta fare meglio ciò che stiamo già facendo. Occorre fare cose diverse in modi diversi: realizzare nuovi sistemi socio-tecnici implementando le soluzioni e le piattaforme che li possano supportare.

Visioni di sostenibilità Riconoscere il problema ambientale non è sinonimo di fare scelte e adottare comportamenti più sostenibili. Perché ciò avvenga devono essere rese disponibili delle soluzioni alternative che siano socialmente accettabili. Per esempio: la possibilità di avere del cibo locale buono e fresco; quella di spostarsi efficacemente e confortevolmente senza l'automobile; quella di sentirsi al sicuro in luoghi pubblici.

Qualità sostenibili La riduzione del consumo di prodotti materiali deve essere compensata con l'aumento di altre qualità: quella dell'ambiente fisico e sociale, con la riscoperta della collettività; quella della capacità personali, con la riscoperta del «saper fare» individuale e delle comunità; quella del tempo, con la riscoperta della lentezza. In altre parole, la qualità dei luoghi, delle comunità, del tempo e in generale dei beni

«Una lumaca, spiega Ivan Illich, dopo aver aggiunto un numero di spire sempre più grandi alla delicata struttura del suo guscio, interrompe all'improvviso questa sua attività costruttiva. Una sola spira in più aumenterebbe di sedici volte le dimensioni del guscio. Anziché contribuire al benessere della lumaca la graverebbe di un tale eccesso di peso che qualsiasi aumento di produttività verrebbe letteralmente schiacciato dal compito di affrontare le difficoltà create dall'allargamento del guscio oltre i limiti fissati dai suoi stessi fini»

Serge Latouche

Da *La scommessa della decrescita*, ed. Giangiacomo Feltrinelli

comuni, sono il materiale con cui costruire ogni proposta alternativa alle attuali, non-sostenibili forme di produzione e consumo. **Next economy, next design, design per l'innovazione sociale** La *next economy* è, principalmente, un'economia orientata al servizio. «Produce» servizi, conoscenze e reti di interazioni. I principali campi d'azione sono il re-orientamento ecologico del sistema produttivo, a produzione sociale di una nuova generazione di servizi e di programmi regionali di eco-sviluppo. Queste attività, nel loro complesso, costituiranno l'industria del XXI secolo. Il *next design* è un design che, principalmente, si occupa di innovazioni sociali e di sostenibilità.

Adotta capacità e competenze proprie del design per co-creare soluzioni originali per la *next economy*. Si riferisce all'innovazione dei sistemi socio-tecnici adottando un approccio service-oriented e sviluppando visioni e soluzioni dotate di qualità sostenibili. Oggi il *design per l'innovazione sociale* e la *sostenibilità* è in una fase iniziale. La possibilità di un suo sviluppo va in parallelo alla crescita, a scala mondiale, dei fenomeni d'innovazione sociale. Collegare il design con l'innovazione sociale è l'occasione per assegnare al design un ruolo significativo nella transizione verso la *next economy*. E verso una società sostenibile che sia anche effettivamente praticabile.

www.sustainable-everyday.net

NEXT DESIGN Design for social innovation and sustainability

Ezio Manzini, Politecnico di Milano, DTS-Indaco, member of the Ethic and Scientific Committee of BestUp

In an era characterized by great social, environmental and economic changes, culture and design have to shift from a product-oriented logic to a service-oriented logic. At the centre of the attention a new approach that envisages people, objects and places.

In Chinese, as in several other languages, the term «crisis» has the double meaning of «risk» and «opportunity».

We are facing a worldwide, deep crisis and many people are questioning about its risks. But, at the same time, it is necessary and timely to talk about its opportunities. Design cannot do anything else than considering opportunities and trying to become their active initiator; this implies the need to change radically people's way of thinking of acting:

1. To adopt an adequate economic model (next economy as social economy)

The opportunities aroused by the crisis are the following: the ecological re-orientation of the production and consumption systems (to increase radically their eco-efficiency); the social production of services (to face the new demands and increase the social cohesion); the regional eco-development programs (to promote the sustainable use of physical and social

«L'etica libera la bellezza»

Associazione Libera

Associazionenomi e numeri contro le mafiewww.libera.it

local resources). Therefore, it is emerging a new economy from this crisis: a *next economy*, quite different from the one considered «normal» up to now. *Next economy* is not based on consumption goods. The crisis shows that the continuous consumption growth is environmentally and economically unsustainable. *Next economy* re-orientates its own activities towards something else. Its «products» are complex entities, based on the interaction among people, products and places: distributed power generation systems (to optimize networks and the use of renewable energies); new food networks (to create direct links between cities and the countryside); intelligent mobility systems (to promote public transport and innovative solutions); programs of urban and regional development (to enhance local economies); collaborative services for prevention and health care. *Next economy* is not product-oriented. The best strategy to recover is to enhance systems and services. Thus, in *next economy* social and technical networks must be fulfilled, and people, products and places must interact in order to achieve an objective, to produce value. *Next economy* is not limited to the market economy. The crisis shows that market economy cannot solve all the emerging problems by itself. *Next economy* affects all the economic spheres and involves a variety of social actors: private companies, public institutions, local authorities, foundations, social enterprises, non profit associations, civil society organisations, groups of active citizens. It is a new kind of social economy that emerges from four converging economic domains: the market, the state, the grants and the households.

Next economy mainly derives from social innovation. Innovative examples of *next economy* are conceived and realised by groups of people directly involved in the problem they are concentrated on solving, more than by specialists. These examples of social innovation are all around us and will drive the main changes of the next decades. For instance, it is known that users, more than technicians, have started several innovations through the Internet and mobile phone applications. But, there are also less well-known and less visible initiatives that are equally important: collaborative social and residential services, bottom-up urban improvement initiatives, local food networks based on organic products, cases of local sustainable development programs. These initiatives are the results of a variety of activities performed by associations, companies, local governments and can be seen as several steps towards sustainability since they give birth to new and more sustainable ideas of wellbeing and production: an active wellbeing, based on a sense of community and common goods; production systems conceived as networks of people who cooperate to produce value on a new relationship between local and global.

Next economy calls for *next design*. As *next economy* is a kind of social economy, *next design* is a new kind of design: the design for social innovation.

Its field of expertise is wider than the one traditionally considered. In particular, it comprises cooperation services and networks.

2. To extend the definition of design (the central role of the service design)

Design has to consider services - particularly the most innovative ones - as its main field of action, if it wants to play the role of change promoter. This means: To reconceptualise design, moving from a product-oriented to a service-oriented design. That is, from a way of thinking and acting where products are at the centre of the scene, and services are considered as product extensions, towards an approach where the attention is focused on the interaction among people, objects and places. That is: to services.

To reconceptualise services, extending the concept from «standard services» to «collaborative services». Namely, from services characterized by the relationship between the providers of the service and passive users, to services where the actors work together to achieve an objective, i.e. to produce a common value.

The orientation of design towards the design for social innovation implies the redefinition of the role of designers in production and consumption networks as well as in design processes. We have observed that in contemporary society the most interesting innovation is produced by a large number of creative people. These people create unprecedented design networks: wide and flexible groups of social actors who conceive and develop solutions in a cooperative way. To become agents of this innovation, designers have to consider themselves as part of these emerging design networks and cooperate with other partners offering their specific knowledge and skills.

3. To generate a new design knowledge (visions, proposals and collaborative tools)

Design has to feed the new social networks with a specific knowledge made of visions (of viable futures), proposals (of feasible solutions) and tools (to put them in practice).

This design knowledge is still under construction. As for the sustainability research, instead, some of its benchmarks is already quite clear, based on more than 20 years of experiences. They are: Systemic changes. To move towards sustainability is not a question of doing what we already do better. It is a question of doing different things in completely different ways: new socio-technical systems have to be realised implementing solutions and platforms that can support them.

«Sotto la crisi ecologica giace la ben più profonda crisi dell'amore, il fatto che il nostro amore ha abbandonato il mondo. E che il mondo sia privo di amore risulta direttamente dalla repressione della bellezza, della sua bellezza e della nostra sensibilità alla bellezza. Perché l'amore torni al mondo è prima necessario che vi torni la bellezza, altrimenti ameremmo il mondo solo per dovere morale: pulirlo, conservarne la natura, sfruttarlo di meno»

James Hillman

da *Politica della bellezza*, ed. Moretti & Vitali

«...La riscoperta del principio femminile come rispetto per la vita nella natura e nella società appare come la sola strada di progresso, per gli uomini e per le donne, per il Nord e per il Sud del mondo. Le metafore e i concetti privi del principio femminile si sono fondati su una concezione della donna e della natura come entità senza valore e passive, e dunque, alla fine fine, non indispensabili. Queste categorizzazioni etnocentriche sono state universalizzate e vi si è associata la distruzione della natura e la sottomissione della donna. Ma questo modello dominante di organizzazione del mondo viene oggi sfidato da quelle stesse voci che aveva ridotte al silenzio...»

Vandana Shiva

Da *Sopravvivere allo sviluppo*, ed. ISEDI. In ricordo di Federico Cerati

Visions of sustainability. To recognize the environmental problem is not synonymous with more sustainable choices and behaviours. In order for this to happen, alternative and socially feasible solutions should be available. For example: the possibility of having good, fresh, local food; the possibility of moving effectively and comfortably without cars; the possibility of feeling safe in lively public spaces.

Sustainable qualities. To reduce the consumption of products has to be compensated increasing other qualities: the quality of physical and social environment, the rediscovery of the community; the quality of people capabilities, the rediscovery of individual and community know-how; the quality of time, with the rediscovery of slowness. In other words, the quality of places, communities, time and in general of common goods, are the material on which to build every sustainable alternative to the current unsustainable forms of production and consumption.

Next economy, next design, design for social innovation
Next economy is, mainly, a service-oriented economy. It «produces» services, knowledge and networks of interactions. Its main fields of action are the ecological re-orientation of the production system, the social production of a new generation of services, and regional eco-development programs. These activities, considered as a whole, will be the industry of the XXI century. *Next design* is a kind of design that is involved in social innovations and sustainability.

It adopts design skills and capabilities to co-create original solutions for the *next economy*. It refers to the innovation of socio-technical systems, it adopts a service-oriented approach and develops visions and solutions endowed with sustainable qualities. Today *design for social innovations and sustainability* is still at its early phase. The possibility to develop it goes in parallel with the worldwide growing wave of social innovation. Linking design with social innovation is the opportunity we have to give design a significant role in the transition towards *next economy* and a sustainable society that is also efficiently feasible.

www.sustainable-everyday.net



Caccia al TESORO: rispondi alle domande. Vinci 100 ECOPREMI!

Il tesoro che vi invitiamo a scoprire è un insieme di valori, conquiste, innovazioni che fanno parte del mondo sempre più ricco di proposte del Fuorisalone. Andate sulla Mappa e cercate il simbolo del tesoro. Rispondete alle domande e portate le risposte allo spazio Best Up: i primi 100 hunters riceveranno un eco-premio offerto da Amici del nostro Circuito. Ai primi arrivati i premi migliori! Vi aspettiamo tutti i giorni dalle 11 alle 19 alla Fabbrica del Vapore in via Procaccini 4

The treasure that we are inviting you to discover is a combination of values, achievements, and innovations that make up part of the ever richer world of suggestions of the FuoriSalone. Go to the map and look for the treasure symbol. Answer the questions and take the answers to the BestUp space: the first 100 hunters will receive an eco-prize offered by the Friends of our Circuit. The first to come get the best prizes! We will be waiting for you every day from 11:00 to 19:00 at the Fabbrica del Vapore, via Procaccini 4.

1. VALCUCINE: di chi è l'allestimento al Superstudio?

Valcucine: who does the Superstudio decor belong to?

2. FLOS: di quanto riduce il consumo la Good Night?

Flos: by how much does the Good Night reduce consumption?

3. IKEA: Quanti sono i prodotti esposti in mostra?

Ikea: How many products are on show at the exhibition?

4. MATERIAVERA: quali sono i tre marchi più utilizzati per i progetti bioedili?

Materiavera: what are the three most used brands for bio-building projects?

5. IGUZZINI: quanta riduzione di CO2 grazie al nuovo sistema Archilede?

iGuzzini: how much is CO2 reduced by thanks to the new Archilede system?

6. KUEI ha realizzato I Totem di Best Up distribuiti negli Spazi Amici del

Fuorisalone: nome e caratteristica del materiale utilizzato

Kuei created the BestUp Totem distributed in the Spazi Amici del Fuorisalone: give

the names and characteristics of the material used

7. Nello spazio Best Up c'è un prodotto esemplare di SABAF e Foster. Perché?

In the Best Up space there is a example product from Sabaf and Foster. Why?

Percorso tra eventi e novità di ecodesign al Fuorisalone 2009. Scopritelo con noi e partecipate alla Caccia al Tesoro nei 7 punti segnalati. L'itinerario è scaricabile dal sito www.bestup.it.

BEST UP itinerario sostenibile 2009

1

BEST UP

+Life Cycle Design -CO2

FDVLAB Fabbrica del Vapore Laboratori/Posti di Vista 09 - via Procaccini 4

22-27.04, 11.00-19.00 - V 22.04, 20.00

www.bestup.it

Best Up è presente in un grande spazio condiviso con il laboratorio Dagad e Dismettiamol Saranno presenti esperti di Life Cycle Assessment (Studio 2B) e di Responsabilità sociale di impresa (Officina Etica). A disposizione del pubblico una ricca documentazione delle imprese che hanno intrapreso il cammino verso la sostenibilità di prodotti e servizi (cataloghi, bilanci etico-socio-ambientali, certificazioni) e di enti, reti, progettisti e associazioni partecipanti al Tavolo della Sostenibilità di Best Up. Esposti i risultati del Workshop sul tema *Life Cycle Design: responsabilità sociale e ambientale nel design. Un nuovo simbolo per tutti* realizzato con il Politecnico di Milano e Ottogono. I simboli realizzati da giovani di tutto il mondo accompagnano una riflessione su come viene percepito il concetto di sostenibilità nel design; quali valori, visioni e bisogni rappresenta. Una postazione speciale è dedicata a Sabaf, con i bruciatori Serie III, al top mondiale per risparmio di gas, abbattimento di CO2 ed eco-efficienza (su piano cottura Foster). All'esterno dello spazio due installazioni: *Green&Recycle* di James Ennis-Positive Flow (a sinistra la sua casetta per le api) e lo specialissimo *Cassonetto* di Publink-Rifiuto con Affetto.



2

A4Adesign

eaTable

Showroom Malo, via della Spiga 7

22-27.04, 9.30-18.30

www.a4adesign.it

Un tavolo lungo 3 m che pesa 4 kg al quale si potranno accomodare 12 persone. Di più: 3x4=12, è smontabile e pieghevole. A imbandirlo un nuovo servizio di componenti per catering tutto rigorosamente in carta e cartone.

3

Alianteditzioni

Smokers' Island

corso Como 9

21-27.04, 11.00-13.00 / 15.00-19.00

cocktail 21 aprile, 18.00

www.alianteditzioni.it

Alessandro Lo Schiavo firma il progetto di un posacenere mangiafumo in vetro borosilicato totalmente riciclabile pensato per limitare la diffusione del fumo delle sigarette intorno ai fumatori.

4

All+

The Urban Style

Temporary Museum For New Design,

Superstudio Più, via tortona 27

22-27.04, 10.00-21.00

www.allplus.eu

Esposizione di sistemi ecocompatibili e modulari per la collettività curata da Ivan Palmi. In mostra il programma di arredo urbano *Loco*, le sedute *Sito*, il sistema di coperture richiudibili a dimensione variabile per gazebo e chioschi urbani *X Zone*.



5

ASAP

Asapstore, corso Garibaldi 104

22-27.04

www.asaplab.it

ASAP, as sustainable as possible, consolida il suo percorso presentando l'ultimo progetto nato, *Recycled Fabric*, capi realizzati utilizzando tessuti a navetta delle migliori aziende italiane, accantonati perché fuori collezione o perché in quantità troppo limitate per essere gestite industrialmente.

6

AVS

DustCard

via Luigi Guanella, 11-2/4

22-27.04, 10.00-18.00 - V 23.04, 18.00-22.00

www.veronicasacchi.it - www.soleterre.org

Recupero, assemblaggio, reinvenzione, art-design, sono le parole d'ordine del lavoro delle artiste Alice Leonardi (LEALiC) e Roberta Senise, in mostra nella sede dell'Associazione Veronica Sacchi. Parte del ricavato andrà per il progetto «Un sorriso in corsia», a sostegno del reparto di Neurochirurgia di Kiev, dove si curano tra molte difficoltà economiche bambini piccolissimi.

7

Bencore & Adreani

Emotional Cube

Temporary Museum for New Design - Italiani: New Perspectives Superstudio 13, via Forcella 13

22-27.04, 10.00-21.00 - su invito 23 aprile, 19.30

www.bencore.it

Percorso multisensoriale in cui il visitatore potrà approfondire il tema dei materiali plastici ecocompatibili, indagandone il ruolo determinante nelle moderne tecnologie, nella ricerca e nello sviluppo di sistemi innovativi

10

Buzzispace

Buzzilight

via Savona, 20

22-27.04, 10.00-20.00

www.buzzispace.com

Presentazione della lampada Buzzilight sia da terra che da soffitto, realizzata in ecofeltro elasticizzato (recycled PET residue) che può cambiare aspetto e colore invertendo la superficie, diversamente colorata all'interno/esterno.

11

Sergio Calatroni

micromacromixmilano

Galleria Suzy Shammah

via San Fermo/via Moscova 25

22-27.04, 11-20

www.sergioalatroni.com

Tre diverse accezioni rappresentano il tema sostenibile nell'ottica orientale. In *Nippon Sense* viene presentata una collezione di mobili e accessori per la casa realizzati in Giappone da aziende con una stimata tradizione nel settore dell'arredamento d'interni. In *Nippon Sense* viene presentata una collezione di mobili e accessori per la casa realizzati in Giappone da aziende con una stimata tradizione nel settore dell'arredamento d'interni. Nello spazio *Neo Tec* una composizione in polistirolo espanso industriale riciclato diventa prototipo di uno spazio commerciale ideato partendo dal concetto del riciclo, mentre negli oggetti *Kokoro Tec* l'assemblaggio di componenti abbandonati in diversi paesi dà vita a oggetti carichi di valenze poetiche.



8

Markus Benesch e Samsung

Colonnari

Jannelli&Volpi, via Melzo 7

22-27.04, 10.00-20.00

www.markusbeneschcreates.com

La storica sede di via Medzlo 7 apre le porte al designer tedesco Markus Benesch che propone con Samsung una collezione di mobili in cartone e Staron (nuovo composto hi-tech).

9

Bicitaliana e Navone Associati

B/JV mobilità contemporanea

La Rinascente (secondo piano), piazza Duomo

21-27.04, 10.00-21.00

inaugurazione 21 aprile, 19.00

www.navoneassociati.com

Bicitaliana e Maurizio Navone affrontano il tema della city bike attraverso un progetto che si relaziona con le nuove tendenze del trasporto urbano e presentano una bicicletta in cui il classico telaio Raleigh, evergreen del ciclo anglosassone, si contrappone ai cerchi con raggiatura allargata, segno distintivo della ciclo-velocità.

12

Cibic&Partners e Dogtrot per

HHD

More with less. Enjoy life in a changing world

via Forcella 13

22-27.04, 10.00-22.00

www.hhd.it www.cibicpartners.com

www.dogtrot.it

Cibic&Partners e Dogtrot presentano una ricerca che ripensa completamente l'abitare quotidiano. Un mondo alleggerito, dagli oggetti fino agli spazi dell'abitare, agli orti, ai giardini, per un sereno equilibrio fra uomo e natura.

13

CFP Bauer - Afol

via Soderini 24

23.04, 10.00-21.00

www.cfpbauer.it - g.alloni@provincia.milano.it

Stili di vita, consumi consapevoli, abitare sostenibile. A disposizione del pubblico filmati, esperienze esemplari e proposte di formazione del CFP Bauer.





14

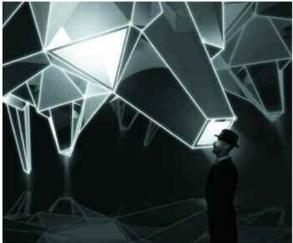
Chico Mendes - Altromercato
Abitare Solidale
piazza Lima (fermata M1)
22-27.04, 18.00-20.00
www.chicomendes.it
Chico Mendes, cooperativa sociale senza fini di lucro socia di CIm Altromercato, è la seconda centrale di importazione di commercio equo a livello mondiale. Nello spazio di piazza Lima, giovedì 23 aprile, un aperitivo con mostra di nuove proposte solidali.

15

Coin
Coincidedesign 2009
Showroom Coin, via Valparaiso 3
22-27.04, 10.00-18.00
www.coin.it
Coincasa continua la sua esplorazione del design europeo alla ricerca di nuovi progetti accessibili. Firmano la collezione Coincadedesign 2009 i 5.5 (Vincent Baranger, Jean Sebastien Blanc, Anthony Lebossé e Claire Renard), che quest'anno festeggiano 5 anni e mezzo di attività dello studio. Tre i temi per una serie di accessori e piccoli complementi che nascono dal loro approccio attento alle abitudini popolari e sensibile all'idea del recupero e della trasformazione: riabilitare gli spot industriali a pinza, risparmiare energia e riusare oggetti dismessi

17

Cosmit/Salone Satellite 2009
Quartiere Fiera Milano Rho
22-27.04, 9.30-18.30
www.cosmit.it
L'allestimento, curato dall'architetto Bello Dias, è dedicato al benessere. Benessere del corpo-della mente-dell'anima, con sé e con gli altri, con e grazie agli oggetti che usiamo e che ci circondano. Il programma prevede tre Design talk tenuti da importanti designer di Paesi emergenti e due giornate di workshop sul benessere a cura dell'architetto Ondine De La Feld.



16

Comieco
Spazio Best Up, Fabbrica del Vapore, via Procaccini 4
Galleria Venti Correnti, via Cesare Correnti 20
23-25.04
Comieco, il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base cellulosa, ha scelto di essere presente in due eventi al Fuorisalone, per testimoniare le sue azioni per un consumo sostenibile lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. Il primo con Best Up alla Fabbrica del Vapore, il secondo con Milano Green Art Festival che quest'anno indaga culture di recupero, riutilizzo e riappropriazione, presentando una mostra evento multi-sensoriale e multi-disciplinare realizzata da giovani artisti.
23.04 10.30: Nuovi stili di vita. Il bike sharing a Milano; 17.00: Slow living. Progetti per il design sociale e responsabile;
24.04 10.30: A tavola col naturale e il biologico per la biodiversità; 17.00: Il futuro del pianeta e dei popoli: visioni per la metropoli sostenibile.
25.04 11.00: Design Beyond Boundaries - workshop con Domus Academy; 14.00: Physical Computing - Tecnologie per installazioni low cost. 16.00: Recupero e riutilizzo di vecchie console per videogiochi a scopo artistico - 18.30 Festa di chiusura.

18

Design Partners
Surfacin' - Materials Innovation
Museo della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, via Olona 6bis
22-27.04, 10.00 - 22.00
www.zonatorona.com
L'evento, in collaborazione con Material ConneXion Milano, è uno showcase interattivo dedicato alle nuove superfici, in cui concept e progetto espositivo si fondano sul tema della sostenibilità.

19

Design Academy Eindhoven
Spazio Romeo Gigli, via Fumagalli 6
22-27.04
www.designacademy.nl
In mostra il lavoro degli studenti della più famosa scuola di design europea. Molte le tematiche sociali e ambientali trattate nei master e nei corsi a partire da riflessioni umanistiche e da esplorazioni nelle tecnologie più avanzate. Durante la settimana del design si svolge un workshop internazionale.

20

Circuito D.O.C
La stanza dei giochi
MADE e Cantiere Bovisa
via Carnevali, 24/26
dal 22.04, 10.00-22.00
www.derganofficinacreativa.it
D.O.C, il circuito milanese della creatività applicata, organizza una mostra sul tema del gioco nel quartiere Dergano-Bovisa, a cura di Whomade e delle botteghe che compongono l'associazione. Ognuna interpreta il tema seguendo le proprie vocazioni e i propri strumenti. Prodotti unici frutto di un «saper fare» tradizionale unito alla trasmissione dei valori estetici contemporanei delle singole realtà creative. Ospiti di D.O.C presso la sede MADE: Fondazione Pistoletto, C.L.A.S.S., Co-creando/O2, Italia Straordinaria, Badi Design, Bau design, Resign, Roberta Colombo, Sergio Barboni, De.de.pi, Tomolo Nagao e Best Up. Presso il Cantiere Bovisa: Ugo La Pietra, Fondazione Aldo Morelato, Art for interior, Gabriella Sacchi.

21

Donati Group
Mister X, a journey inside the material
Officina 1, via Tortona 31
22-27.04, 10.00-22.00
www.donatigroup.com
Un'installazione che è un percorso all'interno del macromondo dell'alluminio, proposto da dotdotdot per Donati Group, volto a esplorare e conoscere le potenzialità di Doluflex®, pannello strutturale in alluminio leggero, resistente, incombustibile, riciclabile al 100%,



economico e di IronX®, un nuovo modo di concepire il metallo in lastra che trasforma una superficie piana in un oggetto dalle forme infinite.

22

Droog
AG22, via Alserio, 22
22-27.04
www.droog.com
Punto di riferimento dello scenario internazionale del design, Droog opera in tutte le aree del progetto. Ogni prodotto racconta una storia fatta di futuro e di memoria nella prospettiva di valorizzare il lavoro artigiano, la natura, la persona. Nuovi concetti trovano forma nella prospettiva di uno sviluppo sociale ed economico sostenibile.

23

eBay.it e CasaFacile
Dream Rooms
Triennale, viale E. Alemagna 6 (esterno)
22-27.04, 11.00-20.00
www.ebay.it
Un allestimento di design con finalità benefiche che rappresenta cinque ambienti arredati con oggetti che rimandano al mondo dei sogni, delle fiabe e dei desideri. Ogni oggetto sarà rivenduto su eBay e il ricavato sarà devoluto all'Associazione Un Sogno per il Gaslini Onlus per la realizzazione di un centro di riabilitazione all'interno dell'Abbazia di S. Gerolamo, presso l'ospedale pediatrico Gaslini di Genova.

24

Edizioni Galleria Paola Colombari
Eco Trans Pop
via Maroncelli 10
22-27 aprile, 11.00-20.00 - 22.04, 18.00-22.00
www.artnet.com/edizioni/galleriacolombari
Il tema del transfer ecologico effimero affrontato in un'ottica di ricerca di un nuovo equilibrio, perché oggetti realizzati con materiale ecologico possano definire una nuova modernità.

25

Esterni
Public Design Festival - 1 edizione
piazza XXIV Maggio, corso Genova, corso San Gottardo, via Vigevano, via D'Annunzio, Politecnico di Milano - Bovisa
18-26.04, 12.00-01.00 - sempre 20.00-01.00
inaugurazione 21 aprile, 21.00-02.00
esterni.org - publicdesignfestival.org
Nove giorni di installazioni, incontri e workshop; il design urbano come filo conduttore. Idee e progetti per lo spazio pubblico, interventi in aree di parcheggio, ospiti internazionali, ospitalità alternativa una grande festa di chiusura. Un festival che vuole affermare la centralità e l'importanza dello spazio pubblico come luogo di tutti. Strutture portanti e leggere, installazioni, servizi alla persona e arredo urbano, mezzi di trasporto ma anche sistemi integrati per l'ospitalità e il turismo, interventi d'urgenza o piani urbanistici a lungo termine. Tutto questo, in quanto design pubblico, è strumento di ri-progetto per la città al servizio della persona.



26

FDVLAB-Laboratori Fabbrica del Vapore
via Procaccini 4 e via Luigi Nono 7
22-27.04, 11.00-19.00 - 22.04, 20.00
www.fdvlab.org
Posti di Vista 09
18 eventi tra esposizioni, performance, workshop, incontri e concerti. Il filo che lega l'intero programma è la ricerca di un percorso creativo che indaghi il nesso tra design e tematiche sociali, economiche, politiche ed ecologiche. Nei progetti presentati, designer e artisti analizzano e approfondiscono concetti quali l'autoproduzione, il riuso di prodotti e materiali dismessi, la rivalutazione del contesto locale, la progettazione di un design sostenibile.

Posti di Vista 09 è realizzato con il contributo e il patrocinio del Comune di Milano - Settore Tempo Libero.
Best Up
Vedi box n. 1
Careof e Viofarini
Paolo Ulian 1990-2009
www.careof.org - www.viofarini.org
Prima mostra monografica dedicata a Paolo Ulian dove vengono illustrati vent'anni del suo lavoro all'insegna di un agire puro e libero, centrato sull'elevazione a «dovere etico dell'attenzione al riciclo, al recupero e riutilizzo dei materiali di scarto da altre lavorazioni.

Careof e Viofarini
Paolo Ulian 1990-2009
www.careof.org - www.viofarini.org

Prima mostra monografica dedicata a Paolo Ulian dove vengono illustrati vent'anni del suo lavoro all'insegna di un agire puro e libero, centrato sull'elevazione a «dovere etico dell'attenzione al riciclo, al recupero e riutilizzo dei materiali di scarto da altre lavorazioni.



Laboratorio Dagad

ULUM
laboratoriodagad.it
Presentazione dei prototipi dei progetti elaborati durante la seconda edizione del workshop sul riuso nel design. Una rassegna di esempi di elevata qualità formale, estetica, funzionale. L'obiettivo che questo lavoro si propone è superare la connotazione di bassa qualità che il riuso ha assunto, a causa di un approccio spesso artigianale. Laboratorio DAGAD, con il supporto di ANAB e il process partner Best Up, ha coordinato l'iniziativa, partecipato ai percorsi progettuali e organizzato la mostra nell'ambito di Posti di Vista 09. Il progetto è stato ideato e condotto dall'architetto Paolo Righetti, fondatore e presidente di Laboratorio DAGAD, con il contributo di Beatrice Spirandelli (ANAB).



Dismettiamola!

www.dismettiamola.com
La mostra presenta il lavoro di un gruppo di designer sul tema del «come si gettano i rifiuti». Dismettiamola!, quindi, come esortazione coercitiva a smettere di gettare i rifiuti in maniera scorretta e come richiamo alla dismissione, processo da seguire quotidianamente in modo consapevole. 38 giovani professionisti tra i 25 e i 30 anni sono stati invitati a progettare un contenitore per i rifiuti per ambiente domestico, ufficio o contract, e a interpretare il tema in accordo con i valori della sostenibilità ambientale. I progetti in mostra saranno il risultato della selezione di una giuria composta da Marco Ferreri, Beppe Finessi e Denis Santachiara.
continua



Sei sicuro di non essere sostenibile?

Vademecum di autovalutazione per designer e imprenditori del settore mobile-arredo

a cura di **Beatrice Tortolozzo/Studio 2B**, con la collaborazione di **Paola Gennari/Officina Etica Consulting** per **Best Up**
Il titolo del vademecum vuole provocare una presa di coscienza in coloro che - studenti, professionisti o imprese - pensano che intraprendere un percorso sostenibile sia difficile se non impossibile. Noi diciamo loro: basta cominciare!

Questa non è una guida alla normativa esistente in tema di ambiente, né una panoramica dei requisiti richiesti dalle certificazioni ambientali e sociali, ma un vademecum sull'ecodesign per chi è curioso, per chi vuole iniziare e non sa come (ma sa che da qualche parte bisogna partire), per chi vuole stupirsi scoprendo che qualcosa di sostenibile l'ha già fatto e non lo sapeva, per chi vuole approfondire, ma anche per chi ha grandi progetti e visioni. L'intenzione non è quella di fornire una lista di istruzioni per comprimere e limitare, ma al contrario offrire un manuale ragionato di buon senso, idee e informazioni pratiche che aiutino a liberare la creatività sostenibile.

Per ecodesign si intende progettare in modo da ridurre l'impatto ambientale di un prodotto durante il suo intero ciclo di vita. Ecodesign significa anche design intelligente, poiché combina qualità, efficienza, risparmio e criteri di sostenibilità. Attraverso il design un'azienda si racconta e decide che immagine dare di sé, l'ecodesign è quindi più di uno stile, è un modo di essere e pensare. La progettazione sostenibile è un percorso:

Best Up, circuito per la promozione dell'abitare sostenibile, è lieta di accompagnarvi in questo cammino.

1 L'AZIENDA PRODUTTRICE È DOTATA DI UN SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE?

I sistemi di gestione ambientale sono strumenti per gestire le problematiche ambientali in modo più efficiente e sistematico. La ISO 14001 è una norma internazionale di carattere volontario, applicabile a tutte le tipologie di impresa, che definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione ambientale. La logica volontaristica della ISO 14001 lascia la libertà all'azienda di scegliere quali e quanti obiettivi di miglioramento perseguire, anche in funzione delle possibilità economiche e del livello tecnologico già esistente in azienda. Il Regolamento EMAS (basato sulla norma ISO 14001) è uno schema volontario applicabile a livello europeo a tutte quelle organizzazioni - pubbliche o private - che vogliono valutare, monitorare e migliorare le proprie prestazioni ambientali. Rispetto alla ISO 14001, il Regolamento EMAS pone una forte attenzione agli aspetti di comunicazione verso l'esterno, che si concretizzano principalmente con la diffusione della Dichiarazione Ambientale.

2 L'AZIENDA REDIGE ANNUALMENTE IL BILANCIO SOCIALE/DI SOSTENIBILITÀ?

In un contesto di mercato complesso, che subisce profondi e rapidi mutamenti, i processi di rendicontazione sociale (Bilancio sociale, Bilancio di sostenibilità) rappresentano un elemento strategico in grado di incidere positivamente sui modelli di governo e di gestione dell'impresa e consentono di trarre benefici che riguardano l'ambito delle risorse intangibili: il miglioramento dell'immagine e della reputazione, il consenso sul territorio, un differente posizionamento competitivo per i prodotti, i servizi e il brand, una più efficace gestione del rischio d'impresa, il miglioramento delle relazioni con le istituzioni e con i soggetti esterni all'impresa.

3 L'AZIENDA HA SVILUPPATO UN PIANO PER LA RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO2?

La produzione di energia contribuisce in larga misura alle emissioni di CO2. Per tale motivo è auspicabile che ogni azienda sviluppi un piano di risparmio energetico attraverso l'utilizzo razionale ed efficiente dell'energia.

Life Cycle Design: responsabilità sociale e ambientale del design, un nuovo simbolo per tutte/i

Best Up e Ottagono con Editrice Compositori hanno coinvolto il Politecnico di Milano, Facoltà del Design, dip. Indaco, per individuare un nuovo simbolo capace di saldare il concetto di responsabilità sociale con quello di responsabilità ambientale del design. Il workshop, curato da Best Up e guidato dai docenti Marisa Galbiati e Andrea Manciaracina, è stato interessantissimo e gli studenti (di tutto il mondo) hanno dato il meglio di sé. I dieci simboli che pubblichiamo sono frutto di una selezione; i primi tre della sequenza sono stati prescelti da una giuria composta da giornalisti e comunicatori tenuti nell'ambito degli Incontri sostenibili alla Design Library di Milano. Accanto ciascuno i nomi degli autori. Vincitore assoluto il Codice a barre, qua a fianco, che allude alla sostenibilità lungo tutta la filiera: produzione, vendita e consumo. Gli autori sono Xinli Li, Ilaria Mandelli, Julia Nuraeva, Francesca Pastonchi (gruppo 7)



4 CHI BEN PROGETTA È A METÀ DELL'OPERA. COM'È IL TUO DESIGN?

L'80% del costo e l'80% dell'impatto ambientale di un prodotto vengono determinati nella fase di design. Il design essenziale permette l'eliminazione degli eccessi e degli sprechi, efficienza, minimizzazione dei materiali, poiché il risparmio è una risorsa. La sfida consiste nello sfruttare i limiti come confini da superare, per innovare. La Direttiva comunitaria EuP (Energy Using Products), in particolare, riguarda l'ecodesign delle apparecchiature che consumano energia. Essa ha come obiettivo il miglioramento della performance ambientale dei prodotti lungo il loro intero ciclo di vita. La metodologia che studia tale prestazione ambientale è la LCA (Life Cycle Assessment - Valutazione del Ciclo di Vita). Maggiori informazioni sulla direttiva EuP sul sito della Commissione Europea http://ec.europa.eu/enterprise/eco_design/index_en.htm

5 I TUOI PRODOTTI DURANO NEL TEMPO?

Qualità dei materiali, cura dei dettagli e delle finiture, resistenza, garantiscono la durata nel tempo e riducono i costi di riparazione e manutenzione. Nella fase di progettazione, che ha un ruolo fondamentale nella definizione della qualità e della durata del prodotto, possono inoltre essere previsti metodi e strumenti di «revisione» e «ammodernamento» del prodotto per prolungarne la durata.

6 I USI MATERIALI ECOCOMPATIBILI?

Sono ecocompatibili i materiali con un ridotto impatto ambientale. L'impatto ambientale dei materiali dipende comunque dal tipo di prodotto per il quale vengono utilizzati, dalle sue caratteristiche, dall'uso che se ne fa e dalla sua durata. Un determinato materiale potrebbe quindi essere la scelta migliore per un prodotto e non per un altro. In generale, sostenibili dovrebbero essere sia i materiali che compongono il prodotto che i materiali necessari per produrlo o assemblarlo (es. colle). L'impatto ambientale sarà ridotto se si usano:

- Materiali riciclati: possono essere scarti di produzione immessi nuovamente nella fase del ciclo produttivo da cui provengono (riciclo a ciclo chiuso) oppure essere usati per applicazioni diverse dall'originale (riciclo a ciclo aperto)
- Materiali con certificazione ecologica. Un esempio è dato dal legno certificato FSC (Forest Stewardship Council), che garantisce la provenienza da «foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici» (da www.fsc-italia.it)

7 NELLA FASE DI PRODUZIONE O NEL PRODOTTO FINITO VENGONO USATE SOSTANZE TOSSICHE O NOCIVE PER LA SALUTE UMANA O PERICOLOSE SE DIFFUSE NELL'AMBIENTE?

Tra le sostanze pericolose vi sono i Composti Organici Volatili (VOC), sostanze chimiche che hanno la caratteristica di evaporare facilmente a temperatura ambiente. Si tratta di oltre 300 composti tra cui diversi tipi di idrocarburi, le aldeidi (tra cui la formaldeide), gli alcoli ed altri, che possono provocare, a seconda delle concentrazioni, effetti acuti o cronici alla salute. Il sistema statunitense GREENGUARD certifica i prodotti per interni (materiali da costruzione, arredo e finiture) a basse emissioni. Tutti i programmi di certificazioni GREENGUARD misurano i Composti Organici Volatili con particolare attenzione per le aldeidi e la formaldeide (www.greenguard.org). Dovrebbero inoltre essere evitate tutte le sostanze cancerogene secondo la classificazione dell'International Agency for Research on Cancer (IARC), scaricabile al seguente link <http://monograhs.iarc.fr/ENG/Classification>.

8 RIDUCI GLI SPRECHI E GLI SCARTI NELLA PRODUZIONE DEL TUO PRODOTTO?

Dove vi sono scarti c'è un potenziale risparmio, dato dalla possibilità di rendere il processo più efficiente. La riduzione degli scarti e degli sprechi permette di aumentare l'efficienza, l'uso ottimale dei materiali e la riduzione dei costi per la gestione dei rifiuti. Per la gestione degli scarti comunque prodotti, gli ecosistemi naturali ci insegnano che il segreto sta nel chiudere il ciclo utilizzandoli come materie prime.

9 LA TUA DISTRIBUZIONE È SOSTENIBILE?

Rientrano nella distribuzione sia il trasporto che le modalità di consegna. Il trasporto dovrebbe essere funzionale, con carichi pieni, percorsi e mezzi efficienti. La sistemazione delle parti disassemblate dovrebbe permettere di ridurre il più possibile lo spazio occupato e i metodi di consegna dovrebbero tenere in considerazione il tipo di imballaggio e il materiale di cui è composto. L'imballo dovrebbe essere ritirato per essere riutilizzarlo o riciclarlo.

10 IL TUO PRODOTTO HA UN MARCHIO ECOLOGICO?

Gli ecolabel, o marchi ecologici, forniscono informazioni verificate e certificate su un prodotto o su un servizio in termini delle sue implicazioni ambientali, di un aspetto ambientale specifico o di un certo numero di aspetti ambientali. Sono esprimibili con loghi, simboli, etichette, dichiarazioni. Vi sono tre categorie di ecolabel:

- Tipo 1: il prodotto o il servizio, certificato da un organismo indipendente, rispetta una serie di livelli soglia relativi alla prestazione ambientale. È conforme alla norma ISO14024. Fa parte di questa categoria l'ecolabel europeo, il cui logo è costituito da una margherita;
- Tipo 2: autodichiarazione del produttore sulla base della norma ISO14021, non prevede una certificazione esterna;
- Tipo 3 (ISO 14025): è costituito da un documento con il quale l'azienda rende pubbliche alle parti interessate le informazioni relative alla prestazione ambientale del proprio prodotto. È sottoposto a verifica esterna e segue la norma ISO14025. È un ecolabel tipo 3 la dichiarazione ambientale di prodotto (EPD), che richiede necessariamente l'effettuazione di un'analisi di LCA conforme a una serie di requisiti prestabiliti (Product Category Rules, PCR).

11 QUAL È L'IMPATTO DEL PRODOTTO NELLA SUA FASE D'USO?

L'impatto del prodotto nella fase di utilizzo è dato dal consumo di risorse per farlo funzionare (es. elettricità, carburante), per garantirne e mantenerne il buon funzionamento (es. acqua, olio), per tenerlo pulito (es. detersivi). I prodotti con minore impatto sono efficienti nel funzionamento e possono essere mantenuti con il minimo utilizzo di risorse o con risorse ecocompatibili. Informazioni e suggerimenti sull'uso efficiente del prodotto dovrebbero far parte delle istruzioni per l'uso. Per le apparecchiature elettroniche, la Direttiva europea 92/75/CEE prevede l'indicazione del consumo di energia e di altre risorse degli apparecchi domestici, mediante l'etichettatura ed informazioni uniformi relative ai prodotti.

12 È POSSIBILE RIPARARE IL PRODOTTO?

Riparare il prodotto permette di allungarne la vita. Non solo è importante che parti rotte o danneggiate possano essere effettivamente sostituite, ma che siano anche disponibili, facilmente reperibili e sostituibili.

13 ESISTE UN PROGRAMMA DI RITIRO DEL PRODOTTO A FINE VITA?

Una volta che il prodotto non viene più utilizzato, l'alternativa più sostenibile è quella che comporta il suo riutilizzo o la sua donazione. Un programma di ritiro dei prodotti è un progetto ambizioso; comporta aspetti gestionali e organizzativi di un certo rilievo, ma permette di chiudere il ciclo e può aprire nuove opportunità. Il prodotto ritirato può essere:

- Riutilizzato attraverso la vendita o la donazione, ad esempio a enti o associazioni senza fini di lucro;
- Rimesso a nuovo per poi essere rivenduto (quello che in inglese viene chiamato refurbishment, spesso utilizzato ad esempio in relazione all'arredo per ufficio);
- «Rifabbricato», in quella che è una libera traduzione dal termine inglese remanufacturing. È il caso di prodotti che vengono disassemblati, ispezionati, puliti, se necessario ripristinati e infine nuovamente assemblati per ritornare sul mercato.

14 IL PRODOTTO È DISASSEMBLABILE?

Quando il prodotto ha finito di servire la sua funzione, può essere riciclato solo se i diversi materiali di cui è composto possono essere separati. Un prodotto non si può dire riciclabile se fatto di materiali che sono riciclabili in sé ma non separabili gli uni dagli altri. Il concetto di separabile è altrettanto importante, poiché la disassemblabilità deve essere possibile manualmente o con semplici strumenti che chiunque possiede, quali ad esempio cacciaviti o chiavi esagonali. Uno schema di disassemblaggio dovrebbe essere incluso nelle istruzioni sull'uso e la manutenzione del prodotto.

15 PROMUOVI IL RICICLO DEL TUO PRODOTTO?

Un prodotto riciclabile non necessariamente viene riciclato; in tal caso vanno perse risorse e i potenziali aspetti positivi del prodotto non vengono valorizzati. Domandiamoci se il prodotto è effettivamente riciclabile in ogni luogo (o nella maggior parte dei luoghi) nei quali viene acquistato e utilizzato per la presenza di un sistema di raccolta adeguato allo scopo. Sostenibilità significa anche essere trasparenti sulle effettive possibilità di riciclo, indicando i diversi materiali di cui il prodotto è composto e apponendo i relativi simboli di riconoscimento sulle diverse componenti del prodotto e dell'imballo.

16 IL TUO IMBALLAGGIO È SOSTENIBILE?

Per ridurre l'impatto ambientale dell'imballaggio è importante migliorare l'imballaggio stesso ma anche ottimizzarne il contenuto. È possibile intervenire su più aspetti, indicati di seguito in ordine di priorità:

- Riduzione dell'imballaggio
- Uso di materiali riciclati e apposizione dei simboli che indicano il tipo di materiale per favorirne il riciclo
- Riuso dell'imballaggio
- Riciclo

17 I NEGOZI CHE VENDONO IL TUO PRODOTTO HANNO UNA POLITICA DI SOSTENIBILITÀ?

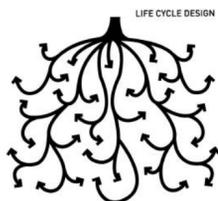
Se sei un produttore scegli punti vendita che attuano una politica ambientale e collabora con le imprese che già distribuiscono i tuoi prodotti affinché una tale politica venga sviluppata. Crea schede prodotto che illustrino in modo trasparente materiali utilizzati e metodi di lavorazione. Offri informazioni che nel punto vendita possano facilitare la scelta consapevole del consumatore. Se sei un'impresa di distribuzione, attua una politica ambientale che riguardi la gestione del punto vendita (ad esempio risparmio energetico, gestione delle consegne) e privilegia o dai maggiore visibilità a prodotti sviluppati secondo principi di sostenibilità. Istruisci il tuo personale affinché conosca questi aspetti. Se sei un consumatore chiedi di conoscere composizione, metodi di produzione ed efficienza dei prodotti che acquisti.

18 LA TUA COMUNICAZIONE È SOSTENIBILE?

La comunicazione di un prodotto sviluppato e distribuito secondo principi di sostenibilità dovrebbe essere semplice, veritiera, accurata, dimostrabile, rilevante, esplicita nell'utilizzo dei simboli.

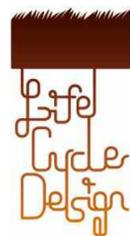


LINDA BARBOLAN
FABRIZIA FORLATI
COSTANZA LEWIN
SARA ZARDINI



LIFE CYCLE DESIGN

PINAR CEVIKAYAK,
MELISSA GOOLEY,
LUDOVICA JANNELLO,
ANNA NEBBIATI



GUGLIELMO BEVILACQUA
MARTA PUCCI
SALVATORE RIZZELLO



FABRIZIO PAPARELLA
MARKO RADETA
WU XUAN



LIDIA DINEVA
GAETANO PERRETTA
RAISSA PERSHINA
DAVIDE PORRO



MARCO SACCARDO
IRIS RANZANI
MIRCO SCUSSOLIN
ANTON CHISTYAKOV

Are you sure of not being sustainable?

Vademecum of self assessment for designer and business people in the furniture and interior décor sector

Drawn up by Beatrice Bortolozzo/Studio zB with the collaboration of Paola Gennari/Officina Etica for Best Up. The title of the Vademecum handbook is intended to prick the conscience of those - students, professionals or companies - who think that undertaking to follow a sustainable course is «difficult», if not impossible. We tell them: Let's start!

This is neither a guide to the current regulations regarding sustainability, nor an overview of the qualifications required by the various social and environmental certifications, but rather a vademecum on ecodesign for anyone who is curious, who wants to start and doesn't know how (but who knows that you have to start somewhere), who wants to be amazed by discovering that they are already doing something sustainable and didn't know it, for anyone who wants to go further in depth, but who also has big plans and visions. The intention is not to provide a list of instructions in order to restrict and limit, but instead to offer a well thought-out manual of common sense, ideas and practical information that will help to liberate the idea of sustainable creativity. For more information, go to www.bestup.it

1. DOES THE MANUFACTURING COMPANY HAVE AN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM?
2. DOES THE COMPANY ANNUALLY REVIEW ITS SOCIAL/SUSTAINABLE BALANCE?
3. HAS THE COMPANY DEVELOPED A PLAN FOR THE REDUCTION OF CO2 EMISSIONS?
4. 80% OF THE COST AND 80% OF THE ENVIRONMENTAL IMPACT OF A PRODUCT ARE DETERMINED DURING THE DESIGN PHASE: HOW DOES YOUR DESIGN MEASURE UP?
5. ARE YOUR PRODUCTS LONG-LASTING?
6. DO YOU USE ECO-COMPATIBLE MATERIALS?
7. ARE SUBSTANCES USED DURING THE PRODUCTION PHASE OR IN THE FINISHED PRODUCT THAT MAY BE TOXIC OR HARMFUL TO HUMAN HEALTH AND DANGEROUS IF RELEASED INTO THE ENVIRONMENT?
8. DO YOU REDUCE WASTE AND RUBBISH DURING THE PRODUCTION OF YOUR PRODUCT?
9. IS YOUR DISTRIBUTION (TRANSPORT AND MEANS OF DISPATCH) SUSTAINABLE?
10. DOES YOUR PRODUCT HAVE AN ECO-BRAND?
11. WHAT IS THE IMPACT OF THE PRODUCT DURING ITS USEFUL LIFE?
12. IS IT POSSIBLE TO REPAIR THE PRODUCT?
13. IS THERE A COLLECTION AND RECYCLING PROGRAM FOR THE PRODUCT AT THE END OF ITS WORKING LIFE?
14. CAN THE PRODUCT BE DIS-ASSEMBLED?
15. DO YOU PROMOTE THE RECYCLING OF YOUR PRODUCT?
16. IS YOUR PACKAGING SUSTAINABLE?
17. DO THE SHOPS THAT SELL YOUR PRODUCT HAVE A SUSTAINABILITY POLICY?
18. IS YOUR COMMUNICATION SUSTAINABLE?

Approfondimenti

LIFE CYCLE DESIGN (LCD) Il Life Cycle Design, o Design for Environment (DeF) è un approccio orientato alla riduzione dell'impatto ambientale di un prodotto attraverso una progettazione attenta a ogni fase del suo ciclo di vita. Se l'LCD è l'approccio, la LCA è lo strumento che misura la prestazione ambientale di un prodotto.

LCA

Definizione La LCA (Life Cycle Assessment, Valutazione del Ciclo di Vita in italiano) è una metodologia che studia l'impatto ambientale di un prodotto o servizio lungo il suo intero ciclo di vita, dalla fase di estrazione e lavorazione delle materie prime, attraverso la produzione, il trasporto, l'uso fino allo smaltimento.

Cosa studia in pratica? Per ciascun processo coinvolto nel ciclo di vita di ogni componente del prodotto e del suo imballaggio vengono raccolti gli input, ovvero i dati relativi alle risorse utilizzate (es. energia, acqua ecc.) e gli output, dati dalle emissioni in acqua, aria e suolo. Sulla base delle risorse utilizzate e delle emissioni vengono calcolati gli impatti su salute umana, risorse ed ecosistema (ad es. eutrofizzazione, riduzione dello strato di ozono, acidificazione, tossicità ecc.).

Qual è il suo contributo all'ecodesign? Per ecodesign si intende il miglioramento di prodotti esistenti o lo sviluppo di nuovi prodotti attraverso l'applicazione di criteri orientati alla riduzione degli impatti ambientali lungo tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto. La LCA è quindi lo strumento alla base dell'ecodesign poiché permette di migliorare gli aspetti ambientali di un prodotto intervenendo in modo consapevole e strutturato nelle singole fasi del loro ciclo di vita.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Il Bilancio di sostenibilità propone una rendicontazione integrata della performance economica, sociale e ambientale, e rappresenta il modo in cui un'organizzazione contribuisce alla crescente richiesta di impegno a favore dello sviluppo sostenibile.

Grazie all'utilizzo di una più vasta gamma di indicatori, il Bilancio di sostenibilità consente di:

contribuire in maniera più ampia alla definizione della strategia aziendale in merito ai temi ambientali e alle relazioni con la comunità;

effettuare una valutazione approfondita della performance dell'organizzazione;

sostenere il miglioramento continuo di tali performance nel tempo.

Infine è anche uno strumento per coinvolgere gli stakeholder e ottenere input utili per i processi dell'organizzazione.

Best Up - bello equo e sostenibile, è un'associazione non profit che promuove l'abitare sostenibile e l'ecodesign attraverso iniziative editoriali, progetti formativi, mostre, fiere, incontri, che favoriscono il dialogo e la condivisione di conoscenze ed esperienze tra gli attori del settore. www.bestup.it

zB è uno studio specializzato in LCA (Life Cycle Assessment - Valutazione del ciclo di vita), ecodesign, ecologia industriale e marketing ambientale. www.to-be.it

Officina Etica Consulting è una società di consulenza strategica che opera nel settore della sostenibilità e della filantropia. www.officinaetica.org



SONIA RODRIGUES JESUS
ERIKA MEDOLAGO
MIRIAM ANTONIA MILANI
ENRICO RIPAMONTI



LIDIA DINEVA
GAETANO PERRETTA
RAISSA PERSHINA
DAVIDE PORRO



MARTA SCHIAVI
GIULIA VOLPI
LI DANDAN
ELISA TRAPLETTI

35

Gumdesign

Libreria Hoepfl, secondo piano, via Hoepfl 5
21-27.04, 10.00-19.30
www.gumdesign.it

Foglie

L'evento, organizzato con l'azienda partner De Vecchi, nasce per evidenziare la preziosità della natura nobilitandone il segno iconico in metallo argenteo. L'allestimento si mostrerà sotto una caduta di foglie di carta.

36

Hansgrohe

99or Urquiola
Palazzo Visconti, via Cino del Duca 8
22-27.04, 11.00-21.00 - 22.04, 18.30
www.axor-design.com - www.hansgrohe.it
Nuova linea bagno dal carattere vitale e appassionato disegnata da Patricia Urquiola. Hansgrohe presenta apparecchi in grado di ridurre significativamente il consumo idrico ed energetico attraverso miscelatori e docce in cui il rendimento funzionale non sacrifica il comfort.

37

Haute Material

Spazio Bianca, via Panizza 10
22- 27.04, 10.00-24.00
www.hautematerial.com
Il brand Haute Material di Giuseppe Pruneri presenta una collezione di tavoli ricavati da legni antichi pregiati, «reinventati» attraverso un'originale contaminazione con acciaio e vetro.



33

Flos

Flos professional Space, c.so Monforte 15
22-27 aprile, 10.00-21.00
www.flos.com

Flos è, dal 1962, l'azienda italiana della luce di design per eccellenza. Collabora da sempre con i progettisti più qualificati e partecipa a eventi di risonanza mondiale, come la mostra in corso a Les Arts Decoratifs di Parigi (fino al 12 luglio). Per questa settimana del mobile apre il professional space di corso Monforte alla presentazione in anteprima delle nuove lampade a LED, *HOOO!!!* versione tavolo e *HAAA!!!* versione terra, nate dalla collaborazione con Baccarat per la manifattura, design Philippe Starck. Una novità che si aggiunge all'impegno consolidato con Energy Star Partners, marchio Usa di qualità, efficienza energetica e risparmio. E confermato dalle numerose versioni energy saving dei sistemi illuminanti in catalogo e alla ricerca che i tecnici Flos stanno portando avanti sulla tecnologia a LED, quella con maggiori possibilità di evoluzione nel prossimo futuro.

34

Gaggenau

Platinum Collection VarioCooling

Boffi Solferino, via Solferino 11
22-27.04, 10.00-21.00
www.gaggenau.com
Gaggenau in collaborazione con Boffi presenta il rivoluzionario sistema di refrigerazione modulare VarioCooling, i nuovi centri di refrigerazione che garantiscono un particolare risparmio energetico.

38

Hell's Kitchen

HJK Urban Picnic

Artè - Laboratorio delle Arti
via Bergognone ang. p.22a del Rosario
27-27 aprile
cocktail 25 aprile, 12.30
www.hellskitchen.it
La collezione di borse e accessori dello stilista Marco Lai è interamente assemblata partendo da materiali usati: camere d'aria, cinture di sicurezza delle auto, t-shirt e camicie vintage. L'obiettivo è quello di ri-pensare, ri-usare, ri-qualificare un prodotto difficile da smaltire trasformandolo in un oggetto di design.



39

iGuzzini

Lightinprogress

La Triennale, via Alemagna 6, 22-27 aprile, 10.30-22.00
iGuzzini partner Assistance, via San Damiano 3, 22.04, 18.00-22.00
www.iguzzini.it

Presentazione del sistema per illuminazione pubblica LED Archilede, sviluppato sul concetto del risparmio energetico, nato dalla collaborazione Enel Sole e iGuzzini. Questo prodotto si inserisce nel programma di produzione di apparecchi a basso consumo energetico attuato da iGuzzini negli ultimi cinque anni. Si stima che con Archilede sarà possibile risparmiare fino al 60% rispetto alle lampadine tradizionali. Accanto ad Archilede prenderanno forma i progetti di Stefano Boeri, Piero Castiglioni e Pierluigi Cerri.



40

Ikea

Democratici, ma non ad ogni costo

Tortonaventi, via Tortona 20
22-23 e 25-27.04, 11.00-21.00 - 24.04, 11.00-15.00
www.ikea.it

Ikea celebra i suoi primi 20 anni in Italia con due eventi paralleli:

- la presentazione della nuova linea Ikea PS, la più alta espressione di Ikea in tema di «design democratico». La linea era stata presentata la prima volta a Milano.
- una mostra sul principio della sostenibilità secondo Ikea, dal progetto alla logistica al punto vendita. Saranno esposti 20 prodotti, ognuno dei quali testimone di un aspetto dell'impegno sociale e ambientale di Ikea, espresso chiaramente nel Codice di Condotta IWAY (The Ikea Way on Purchasing Home Furnishing Products). Ogni articolo viene illustrato attraverso il percorso creativo, ecologico e commerciale.

41

INJUVE

Salon de Actos, via Dante 12
22 aprile-22 maggio
inaugurazione 22 aprile, 18.00
L'Istituto de la Juventud (INJUVE) in collaborazione con l'Istituto Cervantes di Milano, espone i lavori di 17 giovani artisti premiati nella sezione Design all'edizione annuale dei *Premi INJUVE per la Creazione Giovanile* in Spagna. Sono in mostra progetti grafici, di moda, industriali, di interni, molti dei quali tengono conto di ambiente e sostenibilità.

42

43

44

45

Interni

GreenEnergy/Design

Cortili dell'Università degli Studi di Milano
via Festa del Perdono,7
21-27.04, 9.00-24.00 - Opening Party: 22.04, 20.00
www.internimagazine.it

Energia: sia dal punto di vista «umanistico», come espressione della migliore produzione nella forma di progetto e d'invenzione, sia da quello legato all'uso delle fonti alternative e all'ottimizzazione dell'impiego di quelle di tipo tradizionale. Interni mette in mostra il processo creativo di designer italiani e internazionali chiamati a confrontarsi sul tema dell'uso dell'energia, con particolare attenzione alla casa, alla città e al paesaggio: installazioni ispirate ai valori dell'estetica sostenibile e dell'Eco-emotional design che trovano nel tema dell'impiego delle risorse energetiche il filo conduttore di riferimento.

Buderus

Hot Pot
www.buderus.it
Hot Pot, un'installazione di Marc Sadler, è una moderna «macchina leonardesca» dalle linee pulite ed essenziali, in grado di coniugare risparmio energetico ed innovazione tecnologica. Più di 15 collettori solari piani compongono una suggestiva vela che raggiunge quasi 9 metri d'altezza, alla base della quale è posizionata una vasca di raccolta circolare. Buderus, leader mondiale nella fornitura di sistemi per il comfort ambientale, presenta un'opera sensibile

all'ambiente e di portata internazionale.

Mario Cucinella Architects

Una casa per sognare

www.mcarchitects.it
Luogo progettato per lo scambio di idee su come il tema dell'efficienza energetica viene affrontato dal mondo della progettazione, delle costruzioni e della politica. La leggerezza dell'installazione, che si esprime attraverso la semplicità della forma e i materiali utilizzati, diventa contenuto e contenitore di un nuovo modo di concepire l'architettura.

Whirlpool

Green Living: una nuova dimensione per l'ambiente cucina

Aula Magna, 23.04, 19.00
www.whirlpool.it
Tavola Rotonda organizzata da Whirlpool con Interni sull'importanza della sostenibilità nella progettazione della cucina moderna. Partecipano, tra gli altri, Ludovica e Roberto Palomba. Verrà lanciato il concorso *Green Living Projects*.

49

Jannelli&Volpi

Wallpaper Time, spring makeover

via Melzo 7
22-27.04, 10.00-20.00
www.jannellivolpi.it
Nel concept dell'evento, il cui allestimento è curato da Diego Grandi, rivivono insieme l'eco-sostenibilità e il desiderio di riciclare, accostati alla tematica food. La tematica del «fare», dell'artigianalità, dell'home make-up, interpretate con l'utilizzo della carta da parati Jannelli&Volpi, trasformano gli spazi attraverso il riutilizzo dell'esistente, la sua attualizzazione in chiave contemporanea, l'attenzione al riciclo e ai prodotti eco-sostenibili. Una scultura-simbolo è posta al centro della hall dello showroom.



47

Jobbag

Minimo comune multiplo

via Tortona 26
22-27.04, 17.00-21.00
www.bsdestudio.it
Due collezioni di borse da lavoro e da passeggio *Bagone* e *Bagpatch* disegnate da Roberto Giacomucci e Pierfrancesco Giangaspro. Un marchio design-oriented che porta novità nel panorama delle borse utilizzando materiali innovativi e materie di scarto come il jacron.

48

Kerakoll Grup

Kerakoll Design Gallery, via Solferino 16
23-27.04, 10.00-21.00
inaugurazione 22 aprile, 19.00
www.kerakolldesign.com

Nel nuovo spazio, progettato da Piero Lissoni, Kerakoll Group, leader mondiale nei prodotti e servizi per l'architettura, presenta *Cementoresina@*, materiale che coniuga la matericità del cemento con la solidità e l'elasticità della resina.



50

Kube Design

Scatolificio Mengonik

Hotel Regina, via C. Correnti 13
22-27.04, no stop - V 23.04, 18-18.30
Kubedesign è una linea in cui sostenibilità ambientale e ricerca nell'innovazione partono dal cartone ondulato. I pezzi sono presentati in un Ecoworldhotel: albergo progettato sulla base dell'ecosostenibilità, che utilizza la produzione di Kube Design per arredare stanze e spazi comuni. Designer Roberto Giacomucci.

51

Laboratori Lambrate

Remake

Artbook, via Giovanni Ventura 5
22-27 aprile, 14.00-19.00
www.laboratorilambrate.it

In un concept di Andrea Gianni, oggetti che appartengono alla nostra memoria: permanenze e ricordi che subiscono variazioni per un elemento imprevisto o per la mutazione di una proprietà dell'archetipo.



49

KUEI

Con 'Best Up al Fuorisalone og

22-27.04
www.gruppokuei.it

Kuei è una giovane azienda friulana che, grazie all'innovazione sostenibile, sta facendo passi da gigante nel design. Ecologia, Equità ed Economia sono le tre «E» basilari di Kuei. Fin dai primi step nel campo dell'abitare e dell'arredo, questa impresa-laboratorio improntata alla sperimentazione e alla ricerca (fondata da Giorgio Macor e Barbara Coppo due anni fa) è stata comunicata e valorizzata da Best Up e quest'anno la sinergia si consolida con l'ingresso di Kuei tra i Soci sostenitori dell'associazione e nel Circuito. Ecco allora che le presenze di Kuei alla settimana del design sono: **Con i totem di Best Up negli Spazi amici**, realizzati da Kuei con le sue innovative tecnologie di stampa digitale sostenibile al 100% Veriveri e Maravee decorate con un pattern di Giulio Iacchetti. Le location dove sono ospitati i Totem sono tra le più significative della MAPPA del design sostenibile segnalata nell'Itinerario di Best Up: iGuzzini, via S. Damiano 3, Surfacin'- Materials Innovation al Museo della Scienza e della Tecnica; Spazio Rossana Orlandi; la Triennale; Tuttobene-Zona Tortona. Sui Totem: il Giornale con l'Itinerario e le info per seguire la Caccia al Tesoro dell'ecodesign.

Allo spazio Best Up in Fabbrica del vapore, sarà consultabile tutta la documentazione Kuei: dal tracciato dell'analisi LCA (eseguita da Leo Breedveld) sulla nuova gomma riciclata e devulcanizzata Bagigi, alle novità dei mondi Veriveri e Maravee.



56

Materiavera

Terra e Paglia. Un percorso tra arte, natura e bioarchitettura.

corso San Gottardo 8
24.04, 17.00
www.materiavera.it

Incontro sui temi dell'architettura organica, del design e della bioart. Si esploreranno le possibilità creative e funzionali dei manufatti in terra e paglia in un design che coniuga la bellezza con la sostenibilità, i processi costruttivi e produttivi con l'attenzione verso l'ambiente e il territorio. L'incontro è tenuto da Anny Talli Nencioni, ecodesigner, e da Valerio Marazzi, architetto naturalista.

57

Milano Green Art Festival

Galleria Venti Correnti, via C. Correnti 20
23-25.04
www.milanogreenartfestival.com

Manifestazione multi-sensoriale e multi-disciplinare realizzata da giovani artisti italiani e stranieri sul tema del recupero, riutilizzo e riappropriazione. Tre le mostre: *Dystopia* di Gadi Sassoon, *Street furniture* di Green Gorilla e *Elementi Espositivi Audiovisivi*. Tutti i giorni conferenze e tavole rotonde con importanti personaggi attivi nella cultura ambientale.

58

Muji Award 03

Muji Store, corso Buenos Ayres 36
20-27.04, 10.00-19.00
www.muji.net

Rispettano l'ambiente e hanno un elevato quoziente creativo. In mostra, i progetti che hanno partecipato alla terza edizione del Muji Design Award, *Found Muji*, che chiedeva ai designer di rileggere un oggetto di uso comune appartenente alla storia e di potenziarne il design per rispondere agli stili di vita attuali.



59

Mutina

Davide Groppi, via Medici 13
21-27.04, 11.00-20.00 - V 24.04, 18.00
www.mutina.it

Light on surface

In mostra *Déchirer Glass*, il nuovo mosaico eco-friendly in vetro riciclato che arricchisce e completa il progetto *Déchirer* e offre nuovi stimoli e potenzialità espressive nella progettazione d'interni.

60

NABA, Nuova Accademia di Belle Arti

Campus NABA, via Darwin 20
24.04, 19.00
www.compPASSodilatta.org

Compasso di Latta

Una mostra-provocazione che scaturisce da una riflessione di Alessandro Guerriero sull'epoca contemporanea e sul ruolo del design in questo contesto. In un mondo in cui il marketing ha ridotto tutto a prodotto e a cosa, si cominciano a vedere altri obiettivi e a creare un nuovo sistema di valori all'interno del quale deve inserirsi anche il design. A questa riflessione si è aggiunto Riccardo Dalisi che ha prodotto centinaia di compassi di latta di tutte le fogge e dimensioni.

Dati/free e NABA: Milanomifamale

www.naba-design.net/milanomifamale
L'amore per Milano declinato in modi e diversi da progettisti provenienti da tutto il mondo. Prototipazioni e performance sul concetto di Ospitalità come Amore. Il progetto culminerà in una festa nel campus NABA, venerdì 24 aprile, con la mostra di tutti i lavori sviluppati nel corso della settimana, proiezioni dei materiali video e foto di documentazione, il concerto dei Velvet e diversi altri eventi.

61

Neff Open Day

Le forme della Passione

Spazio Design Elementi, via Lazzaretto 3
24.04, 10.00-18.00
www.neff.it

Neff presenta la nuova gamma *Perfect Built-In* di Neff, in cui le lavastoviglie garantiscono la miglior performance con il minimo tempo di lavaggio e minimo consumo delle risorse energetiche: fino al 25% di acqua e al 15% di energia in meno a ogni carico.



62

Nochi Wyssem & Cécile

Dark Matter

Superstudio Più, via Tortona 27
22-27.04, 10.00-21.00 - V 21.04, 15.00-20.00
www.wyssemnochi.com, www.on-off.com.it

Il designer libanese in una mostra che racconta le circostanze sociali e politiche del loro paese. La quotidianità viene raccontata tra arte e design, interpretando materiali naturali o traducendo esperienze in forma d'oggetto.

63

NoW! communication projects

Sparkling, ecologically correct

via Tortona 31
22-26.04, 10.00-22.00 - 27.04, 10.00-14.00
opening party 21.04, 15.00-19.00
www.sparkling-now.com

Un percorso in cui i frammenti del vivere domestico vengono proposti in chiave ecologicamente corretta, nel quale ogni elemento è la risultante di un processo che, a partire dalla materia prima, giunge al prodotto e ne prevede il futuro «reintegrato» nella catena del sostenibile. Tra i protagonisti: Cisal, Ddesign, Glix, Mdt Ag, Studiodesgn, Ricrea, Ilaria Innocenti, Tamara Repetto, Paron Arredamenti, Renata Giacomini, Essent'ial, AK-47 e il consorzio Rilegno che premierà i vincitori del concorso *Legno d'Ingegno* giovedì 23 aprile alle ore 18.00.

64

Onfuton

via Crema 14
22-26.04, 10-19.30 - 27.04, 15.30-19.30
www.onfuton.com

Onfuton festeggia 20 anni di ecologia e artigianato con le nuove proposte di arredo sostenibile: *Zaishu*, complementi australiani di ecodesign; nuove linee prodotte col riutilizzo dello scarto tessile; letto *Tiramolla*, ecologico e versatile.



65

Rossana Orlandi

Spazio Rossana Orlandi, via M. Bandello 14-16
22-27.04, 09.00-20.00 - V 23.04, 16.00-19.00
www.plust.com

Plasticism

Sperimentazioni e mutazioni intorno al tema della plastica firmate da Chris Kabel, El Ultimo Grito, JVL, Alberto Brogliato e Laudani&Romanelli. Una riflessione artistica su come il design sia responsabile dell'immissione di plastica sul nostro pianeta e su come possiamo convivere con l'invasenza dei nuovi «rifiuti».

All the forces

Tra gli espositori Piet Hein Eek, che presenta una serie di arredi realizzati in legno riciclato, e Boaz Cohen e Soyaka Yamamoto, coppia di designer da Eindhoven con una collezione di mobili in espanso rivestito tagliato a mano. Dalla Svezia la scuola di design Konstfack presenta diversi progetti improntati sui temi comuni della funzionalità in rapporto all'arte e alla natura.

Pezzi unici o serie limitate ecosostenibili in vendita anche nel temporary store.



66

Pedano Shop e Team 7

Team 7: il design incontra la natura

viale Umbria 120
22-27.04, 10.00-22.00 - V 23.04, ore 19.00
www.pedano.it

L'azienda austriaca, leader nella produzione di mobili ecologici di design, celebra i cinquant'anni e presenta nello storico negozio del bio-arredo milanese la gamma completa con un allestimento che mostra tutte le zone della casa. La filosofia dell'impresa si presenta con un arredo ecologico basato su 7 essenze di latifoglie, provenienti da selvicoltura sostenibile, lavorate nel rispetto dell'uomo e dell'ambiente.

67

Plinio il Giovane e Gabel

ORG

via Cernuschi 1 angolo v.le Premuda
22-27.04, 10.30-19.00

ORG è il risultato di un progetto per il sonno totalmente ecocompatibile, frutto dell'incontro recente tra il gruppo Gabel e Plinio il Giovane, entrambi convinti sostenitori di produzioni ecosostenibili. Tessuti organici, materassi realizzati artigianalmente, letti fatti a mano dove anche le viti sono di legno.



68

Régis-R.

Pfütot Creuer

Galleria del Centre culturel français de Milan corso Magenta, 63
22-27.04, 10.00-20.00 - inaug 23.04, 18.00-23.30
www.culturemilan.com

Esplorazione di un design post-povero a metà tra riciclo e readymade: non solo si riciclano gli oggetti più disparati ma si «ri-compongono» confrontandosi con ironia con gli archetipi della pomposa mobilia europea.

69

Studio Poletti ed Ecodialogando

Palazzo ai Giureconsulti, Sala Colonne piazza dei Mercanti 2
23-25.04
www.ecomade.it

Due appuntamenti: il Convegno *Greenbuilding: dalla costruzione all'arredo* (23 aprile) e la *Giornata di formazione Negozio Verde* (24 Aprile). L'arredocasa ecocompatibile, i materiali isolanti e i sistemi di riscaldamento e raffrescamento radiante sono le categorie merceologiche di questa edizione.



70

Regenesi

Il bello è sostenibile

Jannelli & Volpi - Wallpaper Time Spring
Makeover, via Melzo, 7
22-27.04, 10.00-20.00
www.regenesi.com

L'azienda del design di post-consumo coinvolge Denis Santachiara, Matali Crasset (foto sopra), Setsu e Shinobu Ito, Giulio Iacchetti, Marco Ferreri per progettare e ricavare da scarti e rifiuti piccole poesie di bellezza, stile e funzionalità: oggetti che rappresentano un nuovo concetto di lusso perché garantiscono identici standard di qualità rispetto alle materie prime vergini ma sono sostenibili al 100%

71

Santa & Cole

via Cosimo del Fante 5
22-27.04, 10.00-20.00
www.santacole.com

La sedia *Belloch*, ideata da Lagranja per Santa & Cole, è realizzata con un mix di polipropilene riciclato e fibre naturali (scarti di legno triturati) che riducono l'impatto ambientale e la rendono ecologicamente responsabile.

72

Sofar/Sonear

The natural collection

via Solferino 24

22-27.04, 10.30-19.30
www.sofarsonear.com

L'azienda, che propone linee innovative di tessuti e tappeti nel rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile, presenta una collezione unica di tessuti naturali ed ecologici stampati a mano e una collezione di tappeti anodati a mano realizzati con materiali naturali.

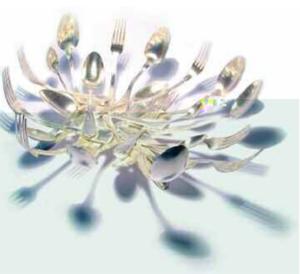
73

Giovanni Scafuro

Fork in Progress

via Montevideo 4
22-27.04, 9.00-20.00 - V 24.04, 18.00
www.giovaniscafuro.it

La rivisitazione della forchetta è la base della linea di design, gioielli e complementi per la casa presentata da Giovanni Scafuro, artigiano per il quale riciclo e recupero sono una costante nel processo di sperimentazione.



74

Tallulah Studio Interior

Something to declare

via Maroncelli, 12
22-27.04 2009 - V 22.04, 18.00-22.00
www.tallulahstudio.it

Forme, Colori, Materiali: stili di interior design in equilibrio tra eleganza ed ergonomia. Presentano: Giada Barbieri, Gianpaolo Barbieri, Gerry De Bastiano, Myo-Studio, Lionel Ceysyac, Maria Napoli, Massimo Maci e Alessandro Gambuzza.



75

That's Design!

ex Industria, via Forcella 13

21-27.04
Il meglio dei lavori delle scuole internazionali di design e dei giovani progettisti emergenti riuniti in un grande spazio espositivo. Lo showcase è organizzato da ZonaTortona, Domus Academy e POLI.design (Consorzio del Politecnico di Milano), di cui Campari Soda è main sponsor. Patrocinato dal Comune di Milano, *That's Design!* è alla sua terza edizione e, per la prima volta ospita anche designer indipendenti.

76

Tuttobene

Tuttobene Milano 2009

Garage Lottus, via Savona 6
22-27.04, 10.00-20.00
www.tuttobene.nl

La quinta edizione di Tuttobene presenta il lavoro di cinque designer internazionali e diciotto olandesi. Gli oggetti in mostra vanno da un armadio composto di tessere del domino, un tavolo derivato da una pompa per annaffiare, un lampadario di crine di cavallo a un computer in porcellana. Tutti gli oggetti in mostra sono progettati con criteri di sostenibilità



77

Triennale Design Museum

WT Village 2009

Palazzo Isimbardi, corso Manforte 35
inaug 22.04 - ore 18.00 - V 22.04, 19.00-23.30
www.well-tech.it

Serie Fuori Serie

La seconda interpretazione del museo del design illustra la filosofia progettuale del design italiano contemporaneo, dalla ricerca sperimentale fino al mercato di massa, tra materiali artigianali e tecnologie avanzate, portando esempi aziendali che vanno dalle imprese start-up fino a grandi realtà globalizzate. Il concept è articolato in macroaree tematiche: Grande serie, Piccola serie, Sperimentazione e Fuori serie.



80

Valcucine

g'Renaissance

Superstudio Più/Central Point, via Tortona 27
22-27.04, 10.00-22.00
www.valcucine.it - www.recyclablekitchen.com

Zero emissioni di formaldeide, base in vetro e alluminio dematerializzata 100% riciclabile: è *Invitrum*, proposta da Valcucine al Fuorisalone 2009, all'interno di un progetto espositivo ispirato al ciclo di vita naturale della materia. La soluzione, disegnata da Gabriele Centazzo, consente una considerevole diminuzione del volume dei materiali utilizzati: il risultato è un minore spreco di risorse e di energia. Il nuovo sistema di basi in vetro, facilmente assemblabile e disassemblabile perché unito da sole giunzioni meccaniche, garantisce la totale riciclabilità del blocco.



In che rapporto sono ETICA e SOSTENIBILITÀ?

Impresa, produzione, commercio, comunicazione, progetto: 5 risposte.

What is the relationship between ETHICS and SUSTAINABILITY?

Crediamo che l'etica non possa fare a meno della sostenibilità. E viceversa. Abbiamo posto qualche domanda ad alcuni referenti che fanno parte del nostro circuito: ADI, Federlegno Arredo, Federmobili, IKEA, Sabaf

ETICA e ECONOMIA: responsabilità sociale di impresa

Risponde Gianluca Beschi, Investor relations per Sabaf

In un contesto economico internazionale fortemente competitivo e incerto, la responsabilità sociale ha sempre più valore, perché rafforza la visione strategica di lungo periodo secondo la quale il nostro futuro dipende dalla scelte responsabili che oggi compiamo, per coniugare la ricerca del profitto con la tutela dell'ambiente, con l'assoluto rispetto dell'etica negli affari e con il contemperamento delle aspettative legittime degli stakeholder. Sabaf segue questa filosofia d'impresa alla quale corrisponde anche la scelta di pubblicare un Rapporto Annuale nel quale sono integrati i risultati contabili e quelli, più in generale, relativi agli asset immateriali e alle ricadute sul territorio dell'attività d'impresa. Noi riteniamo che l'impresa debba essere protagonista dello sviluppo di un Paese e, per questo, cittadina a tutti gli effetti della comunità cui fa riferimento e alla quale deve rendere conto dei propri comportamenti. In un mondo sempre più interconnesso, infatti, l'interesse di ciascuno si realizza soltanto insieme a quello degli altri e non a loro discapito. Sotto questo profilo, la responsabilità sociale d'impresa rappresenta l'unione inscindibile di traguardi economici e dimensione relazionale, la sistematizzazione di scelte che, altrove, sono lasciate alla sensibilità e al giudizio individuale. Per approfondire: www.sabaf.it

ETHICS and ECONOMY: the social responsibility of business

Gianluca Beschi, Investor relation for Sabaf replies.

In a highly competitive and uncertain economic context, social responsibility is more and more valuable, since it strengthens the long term strategic vision according to which our future depends on the responsible choices that we make today, combining the search for profits with caring for the environment, together with an absolute respect for ethics in business and the reconciliation of the legitimate expectations of the stakeholder. Sabaf follows this business philosophy which also includes the decision to publish an Annual Report containing not only the balance sheet figures, but also, more generally, figures relative to intangible assets and any consequences for the territory where the business activity is carried out. We believe that business should be a player in the development of a country and, for this reason, to all intents and purposes, also a citizen in the community where it resides and to which it should be accountable for its behaviour. In an ever more interconnected world, each person's interests can be achieved together with those of others, not to their detriment. Seen in this light, the social responsibility of business represents an inseparable union of economic goals and relational importance, the systematization of choices that would otherwise be left to the sensitivity and judgment of the individual. To find out more, visit: www.sabaf.it

ETICA e PRODUZIONE: rispetto normativo e buone pratiche ambientali nella filiera legno-arredo

Risponde Omar Degoli, responsabile Ufficio Ambiente per Federlegno - Arredo

Il materiale legnoso, naturale, rinnovabile e riciclabile al 100%, è un punto di partenza eccezionale per impostare una produzione basata sulla sostenibilità. Lo scorso anno Federlegno Arredo ha presentato il suo primo Rapporto Ambientale, in cui sulla base dei dati forniti da un campione di aziende si è costruita una serie di indicatori prestazionali riferiti a vari aspetti ambientali della produzione. Una volta assicurata la sostenibilità dell'approvvigionamento di materie prime, e su questo tema abbiamo rilevato come si stiano diffondendo sempre più gli schemi di certificazione che garantiscono la gestione sostenibile del patrimonio forestale, l'attenzione si sposta su un confronto sugli aspetti ambientali più tipici di ogni produzione: consumo di energia, produzione di rifiuti, ecc. I dati del rapporto evidenziano le caratteristiche di una filiera che produce consumando poca energia, con una percentuale altissima di riciclo dei propri prodotti all'interno della filiera stessa. Negli ultimi anni, lo spostamento virtuoso dell'attenzione del pubblico e anche dei legislatori verso il ciclo di vita del prodotto avvantaggia chi riesce davvero a produrre, attraverso tecnologie sostenibili, prodotti con alte prestazioni ambientali. L'ambiente è ormai una delle variabili che maggiormente influenza la competitività. Le aziende interessate a partecipare al secondo Rapporto Ambientale possono scrivere a rapporto.ambientale@federlegno.it

ETHICS and PRODUCTION: respecting the law and good environmental practices in the wood-based furniture sector.

Omar Degoli, responsible for the Environment Office of Federlegno Arredo replies

Wood-based material, natural, renewable and 100% recyclable, is an excellent starting point from which to impose production based upon sustainability. Last year Federlegno Arredo presented its first Environmental Report, in which on the basis of data supplied by a sample of companies it was possible to create a series of performance indicators referring to various environmental aspects of production. Once the sustainability of the supply of raw materials is assured, (and on this subject we have revealed how more and more certification schemes guaranteeing the sustainable management of our forest heritage have come into being), attention shifts to a comparison of the more typical environmental aspects of production: energy consumption, waste production, etc. The report data highlights the characteristics of a sector which produces by using very little energy, with an extremely high recycling percentage of its own products within this same sector. In recent years, a shift in the focus of attention of both the public and legislators towards a product's lifecycle puts those who manage to create products with high environmental performance by means of sustainable technology at a considerable advantage. The environment is now one of the variables that greatly influences the competition. Companies interested in taking part in the second annual report can write to rapporto.ambientale@federlegno.it

ETICA e COMMERCIO: acquisto sicuro e nuovo codice di etica commerciale

Risponde Mauro Mamoli, presidente Gruppo Leader Federmobili e vicepresidente innova.com

Il gruppo Leader è una realtà associativa di imprenditori del settore arredamento che si è costituita all'interno di Federmobili. Per fare parte di questo gruppo gli imprenditori devono condividere e sottoscrivere un Regolamento comportamentale ed un Codice di etica commerciale. Quest'ultimo è sancito da 22 articoli, tra cui l'articolo 3 (Regole generali di condotta) che cita: «...Nello svolgimento della propria attività le imprese osservano i principi di lealtà, probità e correttezza nei confronti di tutti i soggetti, pubblici e privati, con i quali entrano in relazione, siano essi clienti, fornitori, concorrenti, terzi». Di salvaguardia ambientale si parla nell'articolo 8: «Le imprese associate considerano fondamentale l'impatto ambientale derivato dalle proprie attività, privilegiando al loro interno i comportamenti atti a prevenire gli effetti negativi. Nel caso in cui sia necessario e possibile, le imprese associate intervengono in maniera attiva nel dotarsi di strumenti e sistemi atti a minimizzare l'impatto ambientale». Sottoscritti tutti gli impegni previsti, l'imprenditore Leader può proporsi ai propri clienti con il marchio *Acquisto Sicuro* per dare al cliente la garanzia di fare acquisti in tutta tranquillità, in un circuito di negozi che hanno fatto della trasparenza, della chiarezza, della veridicità e dell'equità la loro forza commerciale. Per visionare Regolamento e Codice Etico: www.federmobili.com

ETHICS and BUSINESS: Secure purchase and a new code of commercial ethics

Mauro Mamoli, president of the Leader Federmobili Group and vice-president of innova.com replies

The Leader Group is an association of business people in the furniture sector within Federmobili. In order to be part of this group, the members have to share and subscribe to a set of behaviour regulations and a Code of Commercial Ethics. This last is ratified by 22 articles, among which Article 3 (General Rules of Conduct) which states: «...During the carrying out of the activity businesses will observe principles of loyalty, integrity and honesty when dealing with any person, public and private, with whom they have any relations, whether they be client, suppliers, competitors, or third parties». Article 8 refers to environmental safeguards: «Those associated businesses consider the environmental impact arising from their activities as fundamental, employing within their companies behaviour designed to prevent any negative effect. In cases where it is necessary and possible, those associated businesses will act positively to procure tools and systems in designed to minimize the environmental impact». Highlighting all the efforts made, the Leader business person can propose his or her clients the brand *Acquisto Sicuro* or *Secure Purchase* in order to give the client the guarantee of making purchases with complete peace of mind, in a circuit of retailers that have transformed transparency, clarity, truthfulness and fairness into their commercial strengths. To see the regulations and Code of Ethics, visit: www.federmobili.com

ETICA e COMUNICAZIONE: cosa dire e a chi.

Risponde Riccardo Giordano, responsabile Ambiente per Ikea

La sostenibilità è un concetto molto ampio. Una delle definizioni che abbiamo adottato in IKEA è «Ovunque operiamo, lo facciamo in modo responsabile, cercando di esercitare un impatto positivo sulle persone e sulle limitate risorse del nostro pianeta in modo anche da assicurare profitabilità e sviluppo a lungo termine alla nostra organizzazione». Questo significa che in IKEA cerchiamo di fare della sostenibilità una parte integrante e strategica delle nostre attività, dal design dei prodotti, al controllo dell'origine delle materie prime, alla collaborazione con i fornitori, fino alla distribuzione e alla gestione dei negozi. Le azioni Ikea sono focalizzate su cinque aree di intervento: soluzioni per una vita domestica sostenibile, uso sostenibile delle risorse (acqua, materie prime, produzione di rifiuti), minimizzazione delle emissioni di CO₂, responsabilità sociale e trasparenza verso gli stakeholder. Se ne desume che le azioni verso la sostenibilità di IKEA non sono finalizzate alla comunicazione esterna ma piuttosto al sistema organizzativo interno. La comunicazione viene solo dopo azioni concrete, ed è fatta con un tono molto svedese, misurato e semplice, finalizzato più a dare informazioni utili al cliente o a coinvolgerlo personalmente, che a celebrare risultati. A volte il tono è fin troppo basso: chi ad esempio sa che IKEA è il maggior donatore privato di UNICEF al mondo? Per chi vuole conoscere il Rapporto ambientale e le azioni Ikea verso la sostenibilità: www.ikea.it/csr

ETHICS and COMMUNICATION: what to say to who. social responsibility of business

Riccardo Giordano, person responsible for Ikea Environment

Sustainability is a very broad concept. One of the definitions that we have adopted at IKEA is «Wherever we work, let's do it responsibly, trying to have a positive impact on the people and limited resources of our planet, so that we can also guarantee profitability and the long-term development of our organization». This means that in IKEA, we try to make sustainability an integral and strategic part of our activity, from product design, to checking the source of raw materials, to working together with suppliers, and down to the distribution and management of our shops. Ikea's actions are focused on five areas: solutions for a sustainable domestic life, sustainable use of resources (water, raw materials, and waste production), minimization of CO₂ emissions, social responsibility, and transparency towards our stakeholders. You can see that IKEA's actions towards sustainability are not aimed at external communication but rather at the internal organizational system. Communication happens only after concrete actions, and it happens in a very Swedish way, measured, simple and aimed more at giving useful information to the client or involving them personally, rather than celebrating results. Sometimes, the tone we use is almost too low: for example, who knows that IKEA is the biggest private contributor to UNICEF in the world? If you want to discover the Environmental Report and Ikea's actions towards sustainability, go to: www.ikea.it/csr

ETICA e PROGETTO: responsabilità del designer

Risponde Dalia Gallico, presidente ADI, Associazione per il Disegno Industriale, Lombardia

Scrivere Alberto Rosselli commentando su *Stile Industria* la nascita di ADI nel 1956: «Constatiamo continuamente che l'insufficienza non è dei mezzi a disposizione, ma dei principi che la guidano». Il riconoscimento e la visione allargata di questo principio, che anticipava il ruolo «etico» del progetto, portano a una assunzione di ruolo. La stessa con cui ADI sostiene attualmente un'identità etica, insieme a quella estetica, che il design italiano deve assumersi internazionalmente in collaborazione con l'impresa, la finanza, le istituzioni. Un importante fattore di complessità che riguarda l'ampliamento e l'evoluzione del concetto stesso di design, sinonimo di rigoroso sviluppo di un prodotto e di un servizio coerente con i bisogni, i modelli di fruizione e le aspettative simbolico/emozionali degli utilizzatori; attento ai processi e ai costi di produzione e sensibile alle tematiche ambientali (minimizzazione dell'inquinamento, facilità di smaltimento e possibilità di riciclo). Il design diventa così un metodo per orientare e comunicare l'impresa, la sua qualità di prodotto, processo e servizio. Con questo obiettivo agisce ADI Design Index che preseleziona una lista di progetti da riferire alla giuria internazionale del Premio Compasso d'Oro attraverso precisi criteri: innovazione estetica formale, tipologica, funzionale, impatto sull'ambiente, valori comunicativi dell'oggetto, usabilità, utenza ampliata, appropriato uso delle tecnologie, dei componenti, dei materiali, idoneità all'uso, compatibilità, adattabilità, affidabilità. Si crea così una rete di conoscenze che punta a sviluppare un sistema per la comunicazione e la diffusione di un intero sistema-prodotto che sta dando vita ad altri strumenti come l'aggiornamento sulle proposte formative o servizi di counseling per i giovani imprenditori e designer, accoglienza e informazione, consulenza orientativa, nuove relazioni tra produttori e clienti. www.adi-design.org

ETHICS and PROJECT: the responsibility of the designer

Dalia Gallico, president of ADI, Associazione per il Disegno Industriale, Lombardia replies

Commenting in *Stile Industria* on the birth of ADI in 1956, Alberto Rosselli wrote «We continually maintain that there is not a lack of means available, but of the principles that drive them». The recognition and the wider vision of this principle, which anticipated the «ethical» role of the project, lead to the acceptance of that role. This is the same role that ADI currently supports with an ethical, together with an aesthetic identity that Italian design must adopt at an international level, working together with business, finance and the institutions. Complexity is an important factor which has a bearing on the widening and evolution of this same concept of design, synonymous with rigorous product development and a service consistent with the needs, models of fruition and the symbolic/emotional expectations of the user; attentive to the processes and production costs and sensitive to the environmental themes (minimization of pollution, ease of waste disposal and the possibility of recycling). In this way, design becomes a method for guiding and communicating business, the quality of its products, processes and services. ADI Design Index acts according to this objective, in preselecting a list of projects to present to the international jury of the Premio Compasso d'Oro using precise criteria: formal aesthetic, typological, functional innovation, impact on the environment, communicative value of the object, usability, wider usage, and the appropriate use of technology, of components, materials, suitability for use, compatibility, adaptability, and reliability. Thus a network of knowledge is created that aims towards developing a system for the communication and diffusion of an entire product-system that in turn gives life to other tools, such as the updating on training proposals or Counseling services for young business people and designers, welcomes and information, guidance and consultancy, new relationships between producers and clients. www.adi-design.org





Il rapporto sociale di Best Up

Officina Etica sta elaborando per Best Up il Rapporto sociale, un documento che illustra le attività realizzate dall'associazione, le risorse utilizzate e i risultati ottenuti. Annualmente Officina Etica, per essere a fianco di chi crede nell'assunzione di comportamenti responsabili, individua un'organizzazione non profit alla quale offrire pro-bono i propri servizi di consulenza. Dopo Save The Children Italia e la Fondazione Pubblicità Progresso, quest'anno è la volta di Best Up. Se ne anticipa qua di seguito un estratto

Best Up è un'associazione non profit che promuove l'abitare sostenibile e l'ecodesign attraverso iniziative editoriali, progetti formativi, mostre, fiere, incontri, 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 a cui Best Up si ispira nei rapporti con gli stakeholder e nel perseguimento della sua missione, che può essere così declinata:

Divulgare i principi e le pratiche della sostenibilità attraverso il Circuito per la Promozione dell'Abitare Sostenibile
Diffondere il concetto di sostenibilità come fattore distintivo e competitivo con particolare attenzione per il Made in Italy

Promuovere occasioni di diffusione culturale, informazione e networking
Valorizzare relazioni, risorse e competenze di 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

L'Associazione si configura come un sistema «a fiore»: al centro i responsabili della pianificazione strategica, dei contenuti scientifici e del coordinamento delle attività (Consiglio Direttivo, Comitati tematici, Comitato etico-scientifico); più esterni i Soci sostenitori, i Soci onorari, i Partner e tutti i soggetti che prendono parte attivamente ai programmi e alle iniziative.

Le aree di attività strategiche di Best Up sono cinque: educational, eventi, media/multimedia, networking, processi di sostenibilità che presuppongono il dialogo e il confronto costante con una serie di interlocutori o stakeholder.

Officina Etica Consulting è una società di consulenza strategica che opera nel settore della sostenibilità e della filantropia

Progetto e responsabilità sociale per la Gente d'Abruzzo.

Millimetri è un'associazione di giovani architetti abruzzesi che fa parte del Circuito Best Up. Poco tempo fa avevamo parlato di un progetto che rilanciasse l'artigianato e il territorio. Poi il terremoto. Oggi ci scrivono: «...mossi dalla consapevolezza che con piccoli passi si raggiungono grandi obiettivi, aderiamo alla sottoscrizione per la ricostruzione trasparente e rispettosa di Ocre, luogo di un vivere lento, sostenibile, a contatto con Natura, Storia, Memoria e Tradizioni...»

Best Up aderisce e invita a partecipare con l'invio di un bonifico a
Comune di Ocre c/o BCC di ROMA
Ag. 99 C.so V. Emanuele 51 L'Aquila
IBAN IT90V0832703602000000008581
Causale: Best up con Millimetri per la Gente d'Abruzzo
Informazioni su raccolta e utilizzo:
www.comunediocre.it

BEST UP Circuito per la promozione dell'abitare sostenibile

Progetto e contenuti

Clara Mantica e Giuliana Zoppis

Collaboratori

Beatrice Bortolozzo, Paola Gennari
Ezio Manzini

Redazione

Viki Borsieri: coordinamento
Chiara Brollo, Valentina Carrara,
Laura Nembri

Grafica

E+S/Elena Leoni - elenabooh@gmail.com

Traduzioni

Jon Cox, Adriana Di Biase

Relazioni esterne e promozione

Letizia Balducci - info@bestup.it

Ufficio stampa

Ghenos - info@ghenos.net

Stampa

in 15000 copie su carta riciclata g 80 con inchiostri eco-vegetali da Editrice compositori srl, Bologna
www.compositori.it
finito di stampare il 20 aprile 2009
Testata registrata presso il Tribunale di Milano, Aut. 431 - 8.07.2008

Direttrice responsabile

Giuliana Zoppis

Best Up, via Gentilino 6, 20136 Milano Italia
www.bestup.it info@bestup.it

Versione digitale

scaricabile da www.bestup.it



Best Up ringrazia

gli Enti patrocinanti

Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comune di Milano, ADI Associazione per il Disegno Industriale



i soci sostenitori

Comieco, Editrice Compositori-Ottagono, FederlegnoArredo, Flos, Ghenos, iGuzzini, Ikea, Innova.com (Sistema Federmobili), Kuei, Materivera, Sabaf, Valcucine



gli sponsor tecnici

Conjugi Eger, FOC, Kryptonite, Luceplan, Lush, Hewlett Packard, Resign, Ricose-Ecomunicazione, Warli, Zeus

i partner

Associazione Culturale FDVLAB-Laboratori Fabbrica del Vapore, Design Library, Esterni, Laboratorio Dagad, Officina Etica, Ottagono, Spazio Rossana Orlandi, Studio 2B, Tuttobene, Triennale Milano, Zona Tortona

con Best Up al Tavolo della Sostenibilità

Dismettiamola, Hub Milano, Ilex con Deanna Richardson e Sabina Santovetti, Indaco-Politecnico di Milano, James Ennis-Positive Flow, Johnny Dell'Orto, Lunedì Sostenibili, Matrec, Millimetri, Publink-Rifiuto con Affetto, Resign, SFC (Sustainable Furnishings Council), Terre di Mezzo, Whomade, Zoes