

BEST UP 2007-2012

INSIEME SI PUÒ! TOGETHER WE CAN!

CHI SIAMO/QUELLO CHE FACCIAMO

WHO WE ARE / WHAT WE DO

2007



2009



2011



2008



2010



2012



L'ASSOCIAZIONE e il CIRCUITO

Dal 2007 ad oggi le iniziative di Best Up sono state patrocinate da: Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, Regione Lombardia, Provincia e Comune di Milano, ADI e VWF.

L'Associazione è stata sostenuta fin dalla sua nascita da un qualificato Comitato etico scientifico; da enti rappresentativi degli industriali, commercianti e designer e da imprese fra le migliori attive in Italia e all'estero. Fra queste: ADI, Alpi, Arredanet, Benedini, Biosfera, Biticino, Comico, CP Parquet, Editrice Compositori, Electrolux, Elica, Evostone, FederlegnoArredo, Flos, Ferialuminio, Gam Edit, Ghenos, iGuzzini, Ikea, Innova.com, Kuei, Luceplan, Materavera, Natura e Design, Nora®, Oltremateria, Produzione Privata, Richard Ginori, RivaViva, Sabaf, Sixpeople, Studio Caporaso Design, The HUB, Valcucine.

I CONTENUTI

Dopo avere esordito nel 2007 con il proposito di "coltivare autonomia, semplicità e trasparenza sul cammino verso una società sostenibile", Best Up si è dato ogni anno un tema utile a elaborare nuovi strumenti, linguaggi e relazioni. Nel 2008 nasce la campagna «LifeCycleDesign-Coz» che significa "più design responsabile meno impatto ambientale" per promuovere il metodo del LCD (progetto fondato sul ciclo di vita). Nel 2009 attraverso la campagna dedicata a **Responsabilità sociale e ambientale del design** si afferma "che l'eco-efficienza dei processi, dei prodotti e dei servizi è valida solo se radicata in una società fondata sulla giustizia sociale". Lo stesso anno Best Up edita un Vademecum di autovalutazione dal titolo **Sei sicuro di non essere sostenibile?** Per valorizzare ciò che di positivo è già stato fatto e stimolare a compiere nuovi passi migliorativi. Segue nel 2010 la mostra **Step by step** rassegna di buoni esempi di design sostenibile: scegliere, spiegare e valorizzare i **buoni modelli** è la strada seguita da Best Up. Nel 2010 la campagna «LCD-CO2» si declina sul tema del **Che fare?** La risposta è "armonizzare benessere privato e Bene comune". Nel 2011 focus della campagna è **L'importanza delle persone**, primo degli undici punti del **Manifesto** programmatico di Best Up. Per il 2012 il tema conduttore è **Goodesign lavorare bene/abitare meglio**. Creativi, imprese e associazioni insieme per una crescita sostenibile.

In questi anni di attività Best Up ha promosso i contenuti della **sostenibilità sociale e ambientale** rivestendo un ruolo ispiratore per molte persone, associazioni e imprese anche in fase di start-up. Altra caratteristica è quella di fare da **ponte fra mondi diversi** e spesso separati: design e impegno sociale, estetica e etica, produzione e commercio, benessere individuale e bene comune. Best Up ha inoltre **sdoganato dalle nicchie specialistiche del sapere** (istituti di ricerca e formazione; imprese, esperti, reti) contenuti scientifici come LCD, LCA, C&C, RSI e li ha

promossi sulla stampa e attraverso eventi e attività di formazione rivolgendosi a pubblici diversi (studenti, designers, imprese e consumatori).

IL CAPITALE DELLE RELAZIONI

Fino al 2010 l'attività di Best Up è resoconata nel Rapporto Sociale a cura di Officina Etica; vi si annoverano numerose manifestazioni pubbliche fra cui gli **Incontri Sostenibili** realizzati fin dal 2007 in collaborazione con la **Design Library di Milano** e un workshop in coproduzione con il **Politecnico** Dipartimento design per la comunicazione, sul tema "Un simbolo per il Life Cycle Design".

Fra le iniziative svolte fra il 2010 e il 2012: incontri al **Salone Dal Dire al fare** per la diffusione della RSI presso l'**Università Bocconi**; iniziative di promozione del **Cradle to Cradle** a fianco del **C&C Network europeo** con la **agenzia del territorio Milano Metropoli**; con **Change Up** al Superstudio, organizzazione del Premio C&C e del Villaggio del negozio sostenibile; con **Fa' la cosa giusta a Milano City** incontri e convegni; con imprese, esperti ed enti territoriali le edizioni dei convegni Best Up alla **Triennale di Milano** basati sul valore dell'esempio e della testimonianza diretta; al **Fuorisalone con Fabbrica Del Vapore** per il Tavolo della sostenibilità e il Temporary ecoshop; con **Ottogono e D di Repubblica** per l'itinerario sostenibili; con **The Hub** a sostegno dell'imprenditoria responsabile; con **Federmobili** per il Protocollo e i Corsi di formazione Verso il negozio sostenibile; alla **Domus Academy** per contributi ai Master di Design; con il **Politecnico Dipartimento Indaco** di Milano iniziative a sostegno dell'autoproduzione e della rete europea di cohousing; in Puglia come partner di Casa Mediterranea nel quadro delle politiche giovanili promosse dalla **Regione Puglia**; in Sicilia con **Mare and Less** alla **Faoltà di Architettura di Palermo**, nel Comitato promotore di **Fa la Cosa Giusta Sicilia** e con le imprese sociali di **Mani Libere e Filo Dritto** di Enna; con il **Network O2 Italia** Milazzo; con **Cascina Cuccagna** per l'evento Fuorisalone 2012 "GOODSIGN lavorare bene/abitare meglio".

ATTIVITÀ GIORNALISTICA ed EDITORIALE

Collaborazioni continue con testate di settore e per il grande pubblico da **Interni** Ottogono, **Intramuros** (Francia), **Ambiente Cucina**, **Marie Claire**, **D di Repubblica**, **Casafacile**, **Salvagente**. Il sistema informativo di Best Up è composto dal sito www.bestup.it, Newsletter, Best Up Segnala, **Giornale-Manifesto** e itinerario sostenibile, mappa ragionata fra gli eventi del Fuorisalone ispirati alla sostenibilità.

After its debut in 2007 with a proposal for "developing autonomy, simplicity and transparency along the road towards a sustainable society", Best Up has adopted a new theme each year aimed at creating new tools, languages and relationships. 2008 saw the start of the **LifeCycleDesign-Coz** campaign, meaning "more responsible design, less environmental impact" which promoted LCD (a life-cycle based project). The 2009 campaign dedicated to the **Social and Environmental Responsibility of Design** stated that "the eco-efficiency of process-

es, products and services is only valid if rooted in a society based upon social justice". The same year Best Up published a self-evaluation handbook titled **Are you sure of not being sustainable?** aimed at underlining those positive steps already taken, and encouraging people to go further. The **Step by step** show followed in 2010 a collection of good examples of sustainable design; choose, explain and then improve **good models** was the Best Up theme. In 2010 the «LCD-CO2» campaign focused on the **What to do?** concept. The answer was "bringing-together private wellbeing and the Public good". The focus of the 2011 campaign was **the importance of people**, the first of eleven points on the **Manifesto** drawn up by Best Up. For 2012 the principal theme is **Goodesign working well/living better**. Creative professionals, businesses and associations together for sustainable growth.

Over the years, Best Up has continually promoted the concepts of **environmental and social sustainability** and brought inspiration to numerous people, associations and businesses during their start-up phase. Another element has been that of acting as a bridge between different and often separate worlds: design and social commitment, aesthetics and ethics, individual wellbeing and the public good. It has also brought specialist areas of scientific knowledge into the open (research and training institutes; businesses, experts, networks) such as **LCA, C&C, RSI** and has promoted them via the Press, events and training activities.

BEST UP SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE SOSTENIBILE

Chi la conosce la riconosce/Chi la ama la valorizza/Chi ha gli strumenti la promuove. Dal 2007 Best Up ha accumulato un ricco patrimonio di competenze e di relazioni preziose con professionisti, preparati e affidabili, che collaborano con Best Up Servizi. Clienti sono produttori, commercianti, studi di progettazione, scuole, enti, agenzie di marketing e comunicazione che vogliono affrontare (seriamente, semplicemente e realisticamente) un percorso di miglioramento e innovazione attraverso i parametri e i valori della sostenibilità. Dalle prime fasi di accompagnamento e facilitazione fino a quelle più applicative e specifiche.

Per informazione info@bestup.it

BEST UP SERVICES FOR SUSTAINABLE COMMUNICATION / If you know it, you recognise it/If you love it you appreciate it/If you have the tools, you promote it. Since 2007 Best Up has built up a rich and wide-ranging network of skills and relationships with qualified and reliable professionals who work together with Best Up Services. Our clients are producers, dealers, design studios, schools, organizations, and marketing and communication agencies who want to undertake (seriously, simply and realistically) a process of improvement and innovation within the parameters and values of sustainability. From the early phases of accompanied facilitation to the more specific and applied phases.

For further information info@bestup.it