

## Man and humanity

Programmato all'Academy di Eindhoven, diretta dalla eccellente Li Edelkoort, il Master Man and Humanity - Humanitarian Design and Sustainable Living diretto dal designer Satyendra Pakhalé per "creare, con un approccio che unisca la mente al cuore, prodotti e servizi che abbiano al centro l'uomo e l'ambiente". Tratta di

bisogni socioculturali, geopolitica, modi di vita sostenibili, mestieri artigiani, nuove opportunità offerti dall'industria e dalla tecnologia.

**Design Academy  
Eindhoven**

masters@designacademy.nl



## Mezzi di trasporto collettivi

Biciclette a noleggio ai parcheggi di Esterni, di Best Up e in Zona Tortona moderni velocipedi sponsorizzati da Pircher. Ricercatissimi e utilizzati soprattutto dagli ospiti stranieri, speriamo che il Comune di Milano faccia tesoro dell'indicazione.



1

# Alfabeto del dopo Salone (M-O)



## Elia Mangia

Invitato da Careof, Elia Mangia è un giovane designer milanese di ritorno da una lunga permanenza a Parigi. Il suo lavoro, 'After Market', consiste in una serie di cassette di legno, quelle per contenere frutta e verdura, ciascuna trasformata in oggetto d'uso con semplici tagli e aggiunta di qualche semplice componente. Una diventa casa per gli uccelli, un'altra lampada, kit per disegno, specchio e pettine, portaoggetti. Il messaggio di Elia arriva con leggerezza e molto garbo.

[www.eliamangia.it](http://www.eliamangia.it)  
C/O careof

Via Luigi Nono 7 - 20154 Milano, Tel. 02 3315800



1. Marchio del Master "Man and humanity" all' Academy di Eindhoven. 2.3. Mezzi di trasporto a uso collettivo, bici alla Casa dei Designer, velocipede in Zona Tortona. 4.5. 'After Market', casa per uccelli e lampada da cassette di frutta, design Elia Mangia. 6.7.8. 'Vecchio/old', mostra a cura di Opos: 'Cellophane delights', design Gianmaria Sforza; 'L'eau et le vin' di Pierre-Gilles Fourquie; 'Jim Senior' design A. Scandiuzzi, E. Antonello, F. Garofolin e M. Nicolè, gioco per bimbi.

## Opos e Asap Store

'Vecchio/old' è il concetto affrontato da Opos: "Viviamo in una società in cui esiste un imperativo della gioventù... è utile forzare gli stereotipi e definire le nuove caratteristiche del vecchio e scoprirne le dimensioni che si sono trasformate nel tempo". Opos ha chiesto ai designer di provare a tradurre in progetti e oggetti questa nuova condizione della società e dell'esperienza umana contemporanea. Fra i progetti più immediati e divertenti è 'Jim Senior', di Alessandro Scandiuzzi, Eddy Antonello, Francesca Garofolin e Marco Nicolè, gioco per bimbi dove il bambolotto è un rubicondo vecchietto e gli accessori sono una dentiera e una sedia a dondolo. Per educare l'infanzia ad avere cura della vecchiaia!

[www.opos.it](http://www.opos.it)  
[contact@opos.it](mailto:contact@opos.it)  
Spazio Asapstore  
C.so Garibaldi 104, Milano  
[www.asapstore.it](http://www.asapstore.it)

(Clara Mantica)



Electrolux vuole essere 'parte della soluzione' promuovendo un'alleanza per la sostenibilità con consumatori, distribuzione, istituzioni.

Questa la ragione dell'importante convegno di Porcia voluto dall'impresa. I nodi intorno a cui si sono sviluppati gli interventi sono sostanzialmente: la necessità di ascoltare il grido di allarme che viene dagli scienziati intorno al riscaldamento del Pianeta (Jeremy Rifkin, economista e scrittore americano promotore dell'idrogeno); la necessità di operare in modo integrato fra le istituzioni e le imprese (Pecoraro Ascanio, ministro dell'Ambiente); l'importanza di una campagna costante di sensibilizzazione rivolta a tutti gli attori della società civile (Sustenergy, Comunità europea); la considerazione (importante) che i consumi professionali (collettività, alberghi etc)

## Un'alleanza per l'ambiente

incidono molto di più dei consumi privati e non sono ancora regolamentati (Detlef Münchow, settore Electrolux Professional Indoor); l'irrimandabile necessità di approcciare il prodotto considerando l'intero ciclo di vita (LCA), dalle materie prime alla produzione, al progetto fino alla distribuzione, all'utilizzo e alla dismissione dello stesso. Approccio che il Gruppo Electrolux ha adottato con particolare forza grazie alle sue origini nordiche (in Svezia l'ambiente è al cuore dell'educazione scolastica fin dalla più tenera età) e all'enorme impatto delle sue attività: 52 stabilimenti, 56.000 dipendenti, 40 milioni di prodotti, frigoriferi, lavastoviglie, lavabiancheria, aspirapolvere e cucine venduti annualmente in 150 Paesi del mondo

con i marchi Electrolux, Aeg-Electrolux, Zanussi, Eureka e Frigidaire. "Siamo impegnati a tutto campo per ridurre al massimo l'impatto delle nostre attività sull'ambiente" dice Hans Stråberg, presidente del Gruppo, "lo facciamo concentrandoci sullo sviluppo e la promozione di elettrodomestici a basso consumo di energia, ottimizzando i consumi energetici in ogni fase della produzione e facendo crescere, nei consumatori, la

consapevolezza dell'importanza di utilizzare elettrodomestici ecocompatibili". Intanto la ricerca Electrolux guarda avanti e il Centro ricerche di Porcia sta mettendo a punto una lavabiancheria alimentata a idrogeno e un frigorifero a energia solare. Come riconoscimento della qualità e della dimensione dell'impegno il Gruppo Electrolux ha ricevuto dalla Commissione europea per l'ambiente il prestigioso Sustainable Energy Award 2007.

[www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)  
[www.electrolux.com/sustainability](http://www.electrolux.com/sustainability)  
[www.sustenergy.org](http://www.sustenergy.org)

(Clara Mantica)

