

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

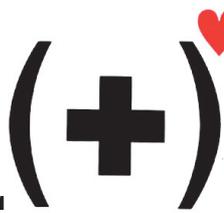
masters@designacademy.nl



Mezzi di trasporto collettivi

Biciclette a noleggio ai parcheggi di Esterni, di Best Up e in Zona Tortona moderni velocipedi sponsorizzati da Pircher.

Ricerchissimi 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
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

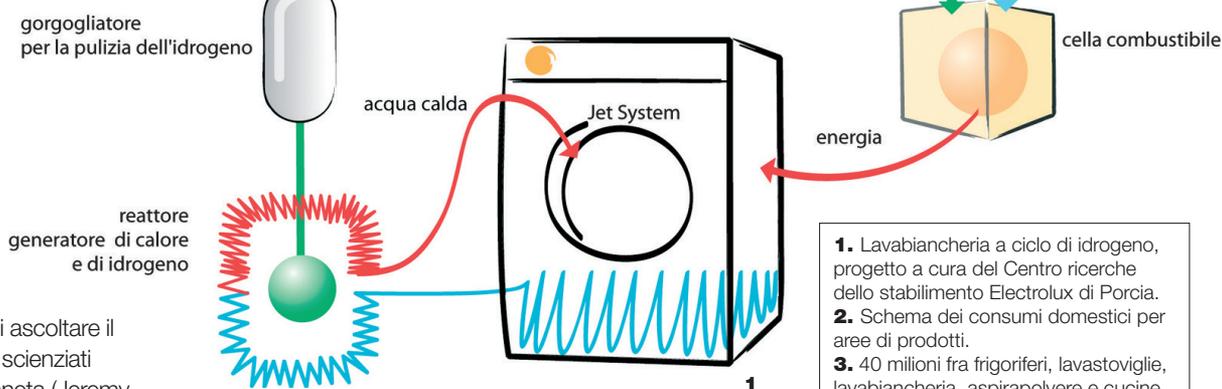
'Vecchio/old' è il concetto affrontato da Opos: "Viviamo in una società in cui esiste un imperativo della gioventù... è utile forzare gli stereotipi e definire le nuove caratteristiche del vecchio e scoprirne le dimensioni che si sono trasformate nel tempo". Opos ha chiesto ai designer di provare a tradurre 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
contact@opos.it
Spazio Asapstore
C.so Garibaldi 104, Milano
www.asapstore.it

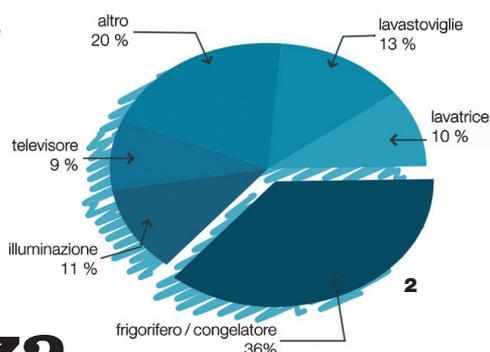
(Clara Mantica)



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)



1. Lavabiancheria a ciclo di idrogeno, progetto a cura del Centro ricerche dello stabilimento Electrolux di Porcia.
2. Schema dei consumi domestici per aree di prodotti.
3. 40 milioni fra frigoriferi, lavastoviglie, lavabiancheria, aspirapolvere e cucine prodotti e venduti in 150 Paesi con i marchi Electrolux, Aeg-Electrolux, Zanussi, Eureka e Frigidaire.
4. Fra i progetti pilota il frigorifero solare con isolamento a vuoto.



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 concentrando 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
www.electrolux.com/sustainability
www.sustenergy.org

(Clara Mantica)

