



# Le design **comme** **projet** responsable

Lors du dernier Salon de Milan, Best Up, le premier réseau italien en faveur de l'habitat durable\* a lancé sa campagne "+LCD -CO2 : où en êtes-vous ?" afin de promouvoir l'écodesign par le biais d'une méthode appelée Life Cycle Design (LCD) : un design responsable portant sur la totalité du cycle de vie du produit. Le design, en effet, est au cœur du problème et de la solution.

Plus nous créons dans une optique durable et moins nous pesons sur l'environnement. "+LCD" se réfère au Life Cycle Design qui a pour principal objectif de minimiser l'impact sur l'environnement du cycle de vie d'un produit (source US-EPA). Sa bonne application présuppose la prise en compte du contexte et des facteurs éthiques, sociaux et économiques qu'il génère et qui l'ont généré. "-CO2" désigne, pour sa part, la nécessité absolue de réduire la pollution atmosphérique. Entre 1970 et 2004, les émissions de CO<sub>2</sub> ont augmenté de 80% de par le monde. Pour atteindre les objectifs fixés par le protocole de Kyoto, les pays industrialisés doivent réduire leurs émissions, d'ici 2020, de 5,2% à 30% par rapport aux taux déclarés en 1990.

Enfin, "où en êtes-vous ?" est la question que pose Best Up aux designers, aux écoles, aux entreprises de production, de vente et de service, aux communicants, aux collectivités locales, aux associations et aux consommateurs. "Poser cette question signifie n'exclure personne. Elle réaffirme également l'importance de commencer, d'assumer les responsabilités de nos actions sur la société et de prendre l'engagement de nous améliorer", expliquent Clara Mantica et Giuliana Zoppis, responsables du réseau Best Up. Plusieurs grandes entreprises appartenant aux secteurs de la production et de la commercialisation, depuis l'ameublement à l'éclairage en passant par la distribution ou l'équipement, soutiennent la campagne en partant de leurs propres motivations et pratiques durables. "Pour nous, l'Integrated Product Policy (IPP) est l'élément moteur du modèle durable", commente-t-on chez Bticino. "Il s'agit d'une approche globale associant la croissance économique et



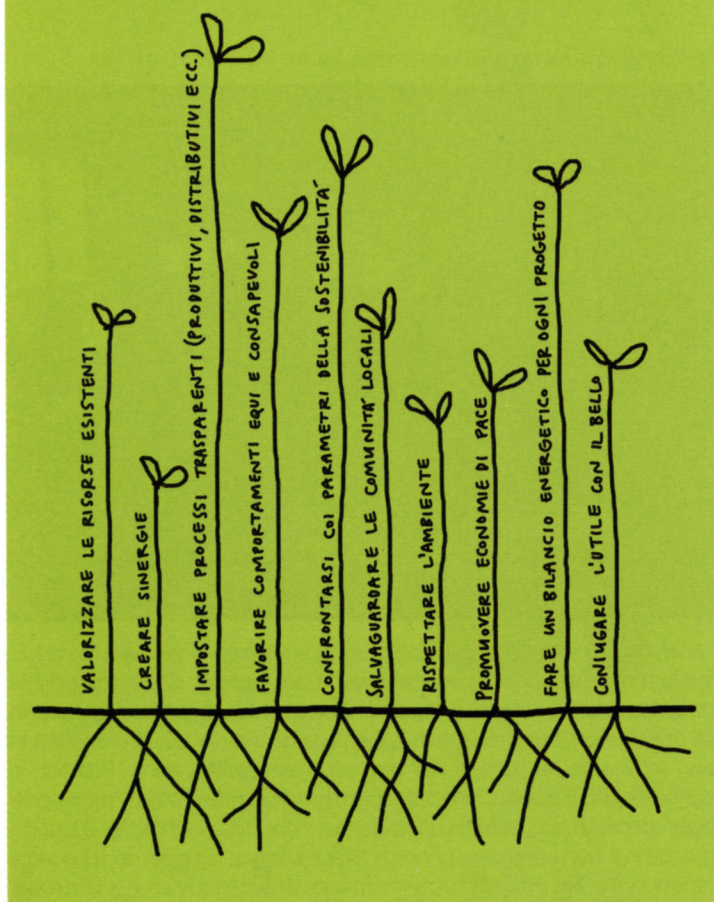
Le vélo pour une circulation propre

Conférence Best Up à la Fabbrica del Vapore à Milan, avec une intervention d'Ezio Manzini



l'analyse des retombées écologiques et sociales, en travaillant à la fois sur le produit et sur ses destinataires". Pour ce faire, on étudie le cycle de vie du produit, suivi sur le terrain à chaque étape de production, depuis sa conception à sa fabrication jusqu'à sa distribution, son utilisation et son recyclage, et garanti par une série de certifications. Bientôt, le consommateur pourra, lui aussi, suivre ce cycle grâce à des "profils produits" décrivant ses qualités écologiques. Pour Flos, l'année 2008 a commencé par son adhésion à Energy Star Partners, un pool de fabricants répondant à des critères de performance énergétique et d'économies. "Il a été facile de nous adapter aux paramètres américains parce que nous avons introduit, depuis longtemps déjà, des modèles avec économie d'énergie sur le marché européen", note Piero Gandini, à la tête de Flos depuis 1999. "En Europe, nous avons besoin de paramètres plus ponctuels et plus facilement identifiables en fonction des différents secteurs du marché. En terme de développement durable, le secteur du luminaire a surtout évolué dans les produits destinés aux espaces publics, tout comme le design intérieur a beaucoup évolué dans les secteurs du bureau et de l'ameublement cuisine. L'explication réside dans le fait que ces trois domaines sont depuis longtemps préparés à répondre à de hauts niveaux d'innovation technologique et de performance en matière de sécurité. De là à l'économie d'énergie, il n'y avait qu'un pas", poursuit Piero Gandini. La stratégie d'IKEA consiste à obtenir "des prix compétitifs dont personne ne doit subir les conséquences". Sécurité, qualité et impact sur l'environnement sont les grandes lignes de conduite que suivent les designers, les responsables du développement et les techniciens tout au long du cycle de vie du produit. Les produits IKEA proviennent de pays différents, principalement d'Italie qui occupe la troisième place pour les meubles de cuisine et les canapés, de Chine, de Suède et de Pologne. Mais partout, on applique l'IWAY, un code de conduite en matière d'environnement et de ressources humaines conçu en 2000. Celui-ci compte notamment parmi ses directives, étendues et détaillées, l'interdiction d'avoir recours au travail des mineurs, l'obligation de garantir un environnement de travail sain et sûr ainsi qu'une politique responsable en matière de déchets, d'émissions et de gestion

## COS'E' BESTUP?



des produits chimiques. Pour Comieco, association d'entreprises intervenant dans le traitement et le recyclage des emballages papier, l'accent est mis sur la créativité et l'innovation. "En Italie, le tri sélectif du papier et carton fait actuellement des progrès considérables : plus de 2,7 millions de tonnes en 2007, grâce à la participation des particuliers, des collectivités locales et des entreprises", observe Carlo Montalbetti, PDG de Comieco. "Une partie essentielle des activités institutionnelles de Comieco consiste à diffuser une culture de l'emballage durable et à collaborer étroitement avec les universités italiennes pour développer un design durable qui prévoit l'interaction et la création partagée entre les différents acteurs."

Prévenir le gaspillage d'énergie constitue l'un des tout premiers objectifs de I Guzzini illuminazione, surtout quand il s'agit de mobilier urbain, car dans ce domaine le contrôle de la consommation est fondamentale. La société s'est engagée contre la déperdition et la pollution lumineuse, une urgence écologique et culturelle qui ne concerne pas uniquement les grands centres urbains. Parmi ses principales mesures figurent le contrôle de l'indice de protection contre les agents atmosphériques et la gestion du "flux utile", qui évite de gaspiller la lumière en dehors des zones nécessaires et respecte le cycle naturel des plantes, des animaux et de la voûte céleste. Enfin, sont également à l'étude des systèmes de

programmation et de contrôle qui devraient permettre de réduire la consommation de 80%.

Pour Sabaf, qui fabrique des brûleurs à gaz depuis les années cinquante, "le design en tant que projet responsable" signifie miser sur la bonne utilisation des ressources, à la fois humaines, environnementales, productives et financières, tout au long du cycle de vie du produit. Cela passe notamment par le renforcement de nos équipements, la qualité de l'environnement du travail, la réduction voire la disparition des résidus et des émissions ainsi que l'amélioration du produit. "Un exemple : si l'on envisageait d'étendre l'utilisation de nouveaux brûleurs SERIE III à toute l'Europe, on économiserait 2,2 milliards de mètres cubes de gaz, soit l'équivalent de la consommation mensuelle de toutes les centrales thermoélectriques italiennes réunies", soutient Luca Salvi, responsable du marketing de Sabaf. Du reste, le budget de fonctionnement et le nouveau site SabafLife confirment la transparence des intentions et des méthodes de l'entreprise. "Si notre impact sur l'environnement ne peut pas être totalement éliminé, nous pouvons au moins chercher à le réduire au minimum", affirme-t-on à Valcucine, un modèle en terme de gestion éclairée (et certifiée ISO 14001) et ce depuis plusieurs années déjà, fondée sur le perfectionnement de toutes les étapes du cycle de vie du produit. Tout est axé autour d'une consommation rationnelle de matières premières et d'énergie. Le mot d'ordre est "dématérialisation" par lequel on s'engage au moment de la création à réduire les éléments structurels à l'essentiel, à développer un long travail de recherche sur les matériaux et leurs limites de résistance et à s'occuper de la fin de vie du produit, en concevant chaque composant pour qu'il soit facilement identifiable et démontable au moment de sa mise au rebut et, bien entendu, recyclable à 100%.

**Clara Mantica**

\* [www.bestup.it](http://www.bestup.it)

L'entrée de Best Up à La Fabbrica del Vapore



## Conscious Design

At the last Milan Furniture Fair, Best Up\*, the first Italian network for the promotion of sustainable housing launched the "+LCD -CO2: Where are you?" campaign, which promotes ecodesign through the Life Cycle Design (LCD) method: conscious design based on awareness of the product's entire lifecycle. Indeed, design is at the heart of both the problem and the solution. The more we design from a sustainable approach, the less we tax the environment.

As defined by the US Environmental Agency (US-EPA), the main objective of LCD is to minimize the environmental impact associated with a product's lifecycle. It becomes an integral part of the socio-economic context. A proper application of LCD presupposes taking into consideration all the ethical, social, and economic factors thus generated.

"-CO2" refers to the idea that it is imperative to reduce atmospheric pollution. Between 1970 and 2004, CO<sub>2</sub> emissions increased by 80% worldwide. In order to achieve the Kyoto Protocol' objectives, industrialized countries must reduce their emissions by 5,2% to 30% - compared to levels published in 1990 - between now and 2020.

Lastly, "Where are you?" is a question aimed at designers, design schools, production companies, trade and service businesses, local organizations, associations, and consumers. "Asking that question means not excluding anyone. Rather, it underscores once again the fact that it is important to start assuming responsibility for our actions and to make a commitment to improve ourselves," said Clara Mantica and Giuliana Zoppis, the two Best Up principals. Several major companies in the production and marketing sectors - from furniture to lighting and from distributors to equipment producers -, support the campaign through their motivations and sustainable practices.

"For us, the Integrated Product Policy (IPP) is the driving force behind the sustainable model," said the managers at Bticino. "It's a global approach that combines economic growth and the evaluation of environmental and social repercussions, taking into account both the product and its end users." That requires a study of the product's lifecycle and monitoring on the field at every stage of the process, from design to manufacturing all the way to the distribution of the product, its use, and recycling, supported by a series of guarantees. Soon, the consumer will also be able to follow this cycle thanks to the introduction of "product profiles" that describe products' ecological qualities. Flos started the year by joining the Energy Star Partners, an association of manufacturers that meet certain energy and economic criteria. "It was easy for us to conform to American parameters because we had already introduced ener-

gy-saving models on the European market," said Piero Gandini, who has been at the head of Flos since 1999. "In Europe, there is a need for more variable and more easily identifiable parameters consistent with the different market sectors. In terms of sustainable development, there is a clear improvement in the lighting sector as regards products designed for public spaces, just as interior design has greatly improved in terms of office and kitchen furniture. This can be explained by the fact that these three areas have been prepared to meet the demands of high levels of technological innovation and performance in terms of safety. From that point to energy saving, there was only a short step," continued Piero Gandini.

IKEA's strategy consists in obtaining competitive prices that do not affect anyone." Safety, quality, and environmental impact are the major principles that guide the designers, those in charge of development, and the technicians throughout the product's lifecycle. IKEA's products come from different countries, mainly from Italy - which ranks third in the production of kitchen equipment and sofas - from China, Sweden, and Poland. But the IWAY - a code of conduct that specifies the requirements concerning the protection of the environment and working conditions introduced in 2000 - is observed everywhere. Among its directives, the IWAY forbids the hiring of minors, makes a provision to ensure a safe working environment as well as the safe handling of waste, emissions and chemicals.

For Comieco, a consortium of companies that deal with the recovery and recycling of paper packaging, the emphasis is on creativity and innovation. "In Italy, there is considerable progress in terms of separating paper and cardboard: over 2.7 million tons were recycled in 2007 thanks to the participation of private consumers, local organizations and businesses," said Carlo Montalbetti, the CEO of Comieco. "A substantial part of Comieco's institutional activities consists in promoting a culture of sustainable packaging and in working closely with Italian universities to promote a sustainable design that allows for interaction and sharing between the various players."

Preventing energy waste is one of I Guzzini Illuminazione's main objectives, especially in terms

of urban furniture, an area in which monitoring consumption is essential. The company is committed to fight against lighting waste and pollution, an ecological and cultural issue that does not just affect major urban centers. Among its main measures is the monitoring of the index of protection against atmospheric agents and the management of "useful flux", which prevents lighting waste outside necessary zones and respects the natural cycle of plants, animals, and the sky.

Lastly, the company is also working on programming and monitoring systems that should help reduce energy consumption by 80%.

For Sabaf, a manufacturer of household gas cooking units since the 1950s, "Conscious design" means banking on a proper utilization of human, environmental, production and financial resources throughout a product's lifecycle. It entails strengthening the equipment we use, improving working conditions, reducing or even eliminating waste and emissions, as well improving the quality of the product. "For example, if we were to extend the use of the new SERIES III burners throughout Europe, we would save 2.2 billion cubic meters of gas, which is the equivalent of the combined monthly usage of all the thermoelectric stations in Italy," claimed Luca Salvi, Sabaf's marketing director. Moreover, Sabaf's operating budget and the new SabafLife site substantiate the transparency of the company's intentions and methods.

"If our impact on the environment cannot be eliminated completely, we can at least try to reduce it to the minimum," claimed the managers of Valcucine, a paradigm of enlightened management (and a recipient of an ISO 14001 certification) based on perfecting all the phases of a product's lifecycle. Everything revolves around a rational consumption of raw materials and energy. "Dematerialization" is the watchword. It means that at the time we design a product, we make a commitment to reduce the structural elements to the bare essentials, to undertake an extensive research on materials and their limit of resistance, and to provide for the end of a product's life by designing each component - naturally 100% recyclable - in a way that it can be easily identified and taken apart when it is ready to be discarded."

\* www.bestup.it