



arreda.net



Il magazine annuale di **Arreda.net** vuol cogliere e interpretare quei segni, a volte ancora latenti, che indicano le tendenze future nel mondo dell'arredamento, della casa, del design e dei comportamenti delle persone. L'**anno 2011** citato nel titolo di questo primo numero vuole proiettarci in un futuro prossimo, distante poco più di un anno, per cercare di vedere in anticipo evoluzioni possibili e insieme capire come contribuire con le proprie scelte e i propri comportamenti a determinarle. Per questa ricerca sulle tendenze future abbiamo individuato un tema, il **Green**, quanto mai attuale, ma così in bilico tra scienza e moda, tra dichiarazioni di intenti e comportamenti non coerenti, tra politica e economia, tra filosofia e marketing. Abbiamo invitato aziende del settore del mobile e non, architetti e designer, associazioni e università, professionisti, artisti, giornalisti a offrirci il loro contributo su questo tema. Abbiamo diffuso questi inviti nella rete di **Arreda.net** senza fare delle scelte ma piuttosto cogliendo le opportunità nate da collaborazioni e partnership. Nelle pagine seguenti potrete leggere i loro contributi, così come ci sono pervenuti. Voci diverse, ma tutte molto interessanti e utili a capire in che direzione ci stiamo muovendo. Ringraziamo tutti coloro che ci hanno aiutato a realizzare questo numero del magazine e tutti coloro che vorranno diventarne lettori, anche sul web.

g r e e n b o o k 2 0 1 1 . c o m

*Arreda.net: Giorgio Attolini, Simone Attolini,  
Massimo Bizziccheri, Luigi Bocca, Dimitri Bonistalli,  
Ilaria Borasi, Stefano Borasi, Guido Brondetta,  
Federico Bruno, Giuseppe Bruno,  
Paola Bruno, Renata Bussolino, Marco Caredda,  
Giampietro Carminati, Mario Corti,  
Michele Domenino, Gianluigi Elce, Roberto Ferroni,  
Mauro Galliano, Riccardo Galliano, Franco Guttuso,  
Pierluigi Pirazzi, Pierluigi Porta, Claudio Radice,  
Roberto Radice, Giorgio Ruatasio, Adriano Sereno,  
Paolo Sereno, Mario Soliani, Roberto Turello.*



**arreda.net**

# MOBILI: sono più verdi le aziende o i consumatori?

**Giorgio Racca**  
Sixpeople.it

Nel 1992 il Summit della Terra di Rio aveva imposto l'imperativo del sustainable design, la progettazione sostenibile.

Oggi come si stanno impegnando le aziende nel mondo per progettare, produrre e vendere prodotti meno insostenibili? La green economy come sta influenzando i singoli prodotti? Nuovi prodotti e nuovi servizi sostenibili saranno sufficienti a cambiare il mondo?

Alcune aziende in Italia e nel mondo stanno cambiando il modo stesso di concepire nuovi prodotti: dall'utilizzo dei materiali, alla progettazione, alla manifattura, alla distribuzione, all'uso quotidiano sino al riciclo.

Intanto le aziende che hanno scoperto che usare meno acqua, meno energia e meno imballaggi porta benefici a tutti sono premiate dai consumatori più sensibili.

Quali sono le aziende più verdi? Nella classifica di Greenpeace primeggia Nokia, restando al primo posto anche nel 2009. Sul podio ci sono Samsung e Sony Ericsson. Tra le aziende che hanno visto migliorata la loro posizione Lg, Toshiba e Motorola.

Ma che succede là dove non sono le multinazionali ad agire, ma aziende locali, magari di medie dimensioni? In Italia le aziende che producono mobili quanto si sentono verdi e quanto lo sono veramente?

Sicuramente molti stanno lavorando in questa direzione e Google e la blogosfera ci possono aiutare a scoprire chi sono.

Proviamo a voltare lo sguardo verso il consumatore: chi acquista quanto è disposto a spendere per scegliere il verde?

Nova 24 allegato al Sole 24 Ore di giovedì 9 luglio 2009 riporta alcuni dati di una ricerca McKinsey & Company dalla quale emerge che nei principali Paesi europei, tra cui l'Italia, l'80% dei consumatori si dice attento all'impatto ambientale dei prodotti che acquista. Ma quando si tratta di mettere mano al portafoglio, solo il 10-15% dei consumatori è pronta ad acquistare prodotti verdi.

Dalla ricerca McKinsey emergono due segmenti di consumatori disposti a pagare di più per i prodotti eco: quelli spinti da un'elevata coscienza ambientale e i "verdi per immagine" che ne fanno uno status symbol del loro essere alla moda e esibiscono l'acquisto per migliorare la loro reputazione.

Leggendo la ricerca *Interpreting Design Languages* condotta da Made In Lab sui consumatori, sembrerebbe che i clienti dei negozi di arredamento non abbiano ancora un'elevata coscienza ambientale.

Le aziende del mobile made in Italy adotteranno strategie verdi per conquistare la fiducia dei consumatori e insieme migliorare i loro profitti?



# green DESIGN 1945 - 2010

**Green** è un concept, un'intuizione, un contenuto implicito, una tendenza. Nel design è immagine o sostanza, moda o ideologia? Importante è comunicare e convincere, sedurre e durare. Avere senso. Abbiamo costruito un percorso ideale che inizia con Charles e Ray Eames e arriva a Makoto Azuma.



In casa il verde può essere una citazione, può arredare uno spazio, può far venire voglia di alludere all'esterno, al mondo naturale, a una stanza senza pareti. I colori, le forme, le superfici possono ingannare i sensi o illudere la mente. Quasi sempre l'idea è divertente. Iniziamo allora a parlare di elefanti...



Elephant

Design: Charles e Ray Eames **1945**

Avvicinare la natura ai bambini può essere un buon inizio? Elephant fu disegnata da Charles e Ray Eames nel 1945. Ammirato per la sua taglia e amato per il suo proverbiale buon umore, l'elefante è parte della nostra esperienza di bambini come giocattolo, come personaggio di storie fantastiche e come maestosa creatura, simbolo di una natura selvaggia e seducente. Anche gli Eames cedettero al suo fascino e nel 1945 disegnarono un elefante giocattolo in legno, che però non entrò mai in una produzione di massa.

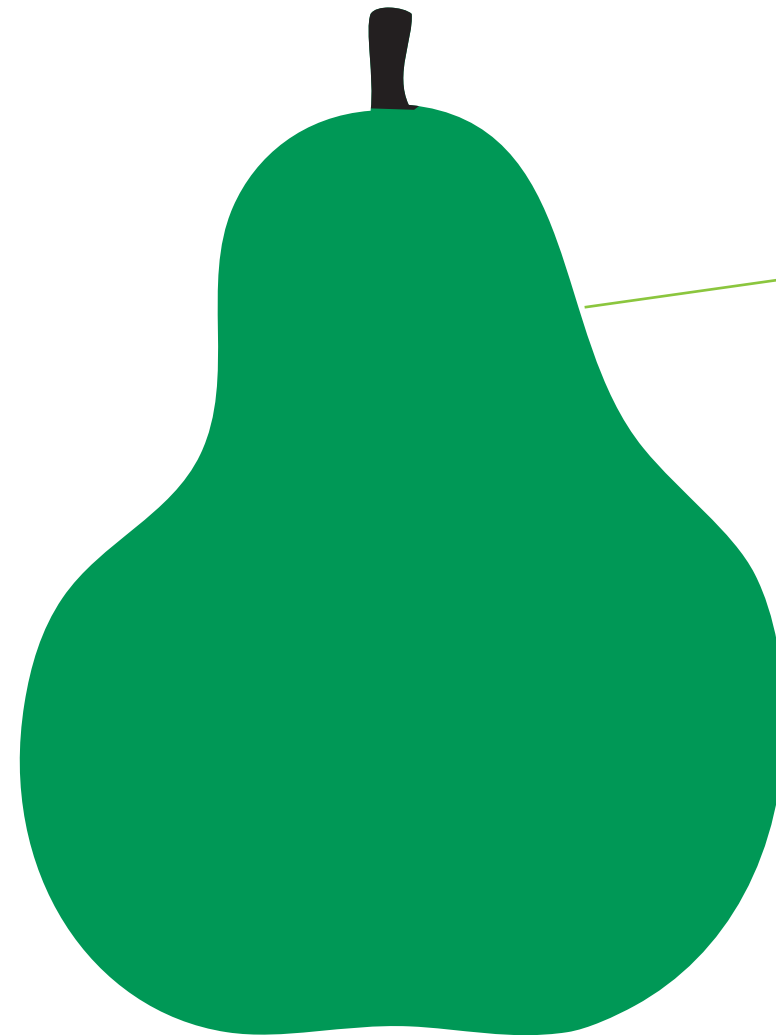
Oggi l'elefante degli Eames è prodotto da Vitra. E' un animale amico che con le sue grandi orecchie fa sorridere i bambini e i loro genitori.

Elephant  
Produzione: Vitra  
Materiale: batch-dyed polypropylene plastic, matt surface

In casa la natura può essere un po' design e un po' arte. La Pera di Enzo Mari fu disegnata nel 1963 per una serie di poster dedicati alla natura. Il frutto reso bidimensionale, ingrandito rispetto alle sue dimensioni naturali e stampato in un verde intenso era destinato a brillare affisso alla parete della stanza per dare un buongiorno pieno di salute a grandi e bambini. Disegnata per Danese, La Pera di Enzo Mari è un classico nella storia del design moderno, quasi un oggetto "archetipo", una sorta di super-icona: la pera non è una pera...ma La Pera.

## La Pera

Design: Enzo Mari \_1963



Di questa opera non esistono originali poichè l'immagine finale si ottiene solo attraverso i procedimenti tecnici di ri-produzione. Come in natura...

**La Pera**  
**Produzione: Danese**  
**Materiale:** Screenprint hung by means of two horizontally placed strips of PVC (provided)

## Allunaggio

Design: Pier Giacomo Castiglioni, Achille Castiglioni \_1966



Negli anni '60 il designer è green quando pensa al prato e guarda la luna... La seduta per esterni di Pier Giacomo e Achille Castiglioni celebra l'avventura dell'uomo alla conquista dello spazio.

L'equilibrio naturale è dato da tre esili gambe in tubo d'acciaio curvato, su cui poggia un sedile in metallo stampato, verniciato a fuoco nel colore verde prato. Il peso è distribuito a terra attraverso tre dischi di materia plastica elastica di colore naturale. La notevole distanza dei piedi di appoggio dal baricentro, l'altezza contenuta e i materiali utilizzati conferiscono stabilità, leggerezza e robustezza.

Allunaggio rimane allo stadio di prototipo fino al 1980.

**Allunaggio**  
**Produzione: Zanotta**  
**Materiale:** acciaio e metallo stampato



## Pratone

Design: Gruppo Strum  
(Giorgio Ceretti, Pietro Derossi, Riccardo Rosso) \_1971



**Pratone**  
**Produzione:** Guftram  
**Materiali:** poliuretano schiumato a freddo  
pitturato con vernice lavabile verde

Con il Gruppo Strum la natura diventa pop. "Pratone" è una poltrona davvero singolare che riproduce, ingigantita, una piccola porzione di prato. Progettata dal Gruppo Strum, è stata acutamente definita una "seduta libera" poiché la sua forma particolare costringe a sedersi - oppure a sdraiarsi - in una posizione comoda ma non convenzionale.

Quest'opera di design radicale fu ideata a cavallo fra gli anni Sessanta e gli anni Settanta, in un'epoca di grandi cambiamenti sociali e culturali; ironica e giocosa, mirava a far riflettere sullo stile di vita artificiale e lontano dalla natura che già allora si era costretti ad adottare nelle moderne metropoli.

## Verde Chair

Design: Fernando Campana & Humberto Campana \_1993

La natura produce solo pezzi unici.

Allora Fernando e Humberto Campana disegnano una sedia da realizzare a mano, intrecciando con gesti ripetuti 220 m di corda speciale, con anima in acrilico e rivestimento in cotone. L'intreccio, apparentemente casuale, costituisce l'imbottitura e il rivestimento.

Verde Chair in casa è un'allusione alle forme organiche, non ripetibili.



**Verde Chair**  
**Produzione:** Edra  
**Materiali:** acciaio, acrilico, cotone

Il range dei lavori dei fratelli Bouroullec va dai piccoli oggetti domestici ai progetti di architettura, ma il focus della loro attività è il design e l'organizzazione degli spazi interni. Uno dei loro progetti più inconvenzionali, Algues appunto, nasce in questo contesto, nel 2004, in collaborazione con Vitra.

Le alghe di Ronan e Erwan Bouroullec sono un po' interior design e un po' elemento decorativo, portano con sé reminiscenze di piante e intrecci sottomarini, ma fanno pensare alla rete e al web.

Come una fitta tessitura di rami e foglie, Algues è una cortina che filtra la luce, una parete che divide lo spazio.

**Algues**  
Produzione: **Vitra**  
Materiale: resina



**Algues**

Design: Ronan e Erwan Bouroullec \_ 2004





## Vegetal

Design: Ronan and Erwan Bouroullec — 2008

Nel 2008 il nuovo progetto di Vitra è stato Vegetal di Ronan e Erwan Bouroullec.

Così il bisogno di verde e di natura corre attraverso i decenni e per accorciare le distanze tra noi e il verde capita ancora che le forme delle piante si sovrappongono alle forme degli oggetti. Vegetal cita rami intrecciati, ma lo fa per trovare una naturale simbiosi tra seduta e corpo umano e insieme per superare nuovi confini nella sfida tra design e produzione.

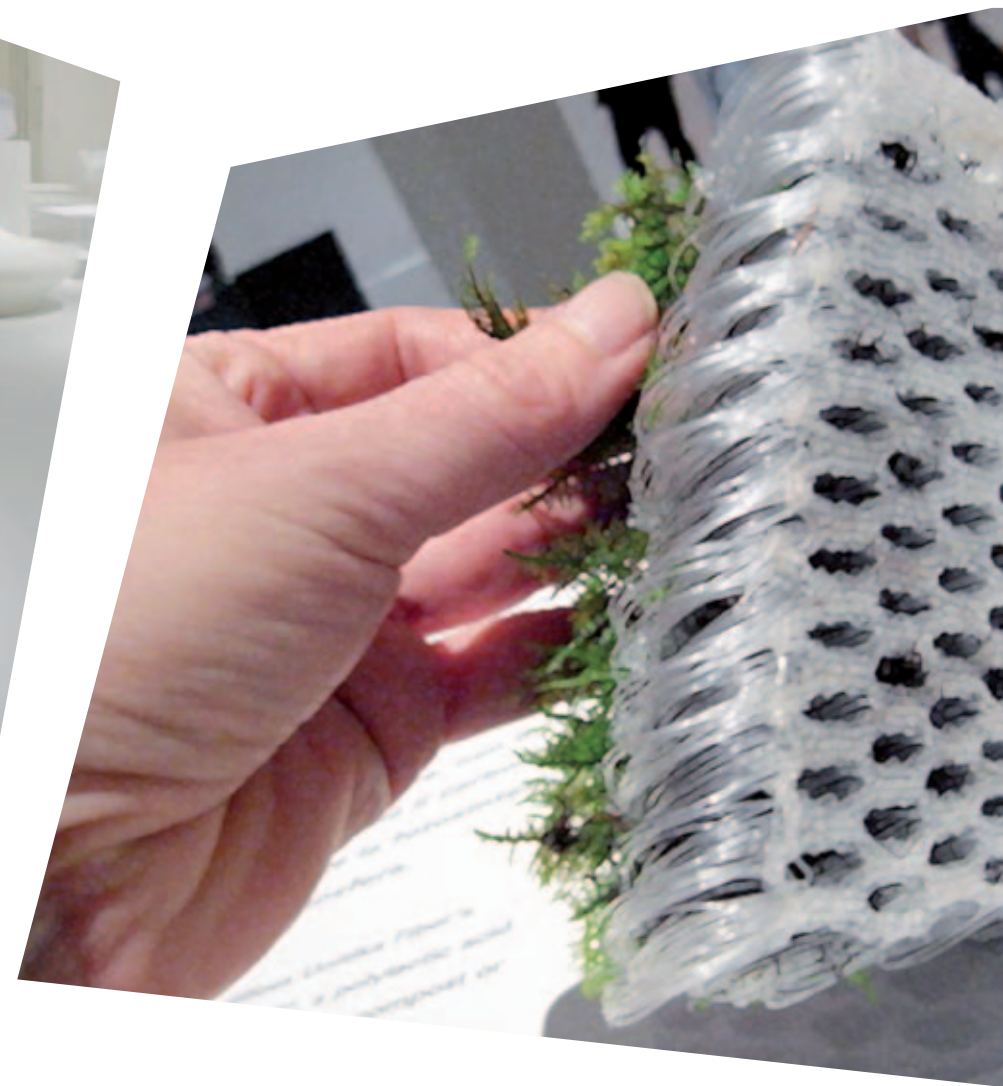
Vegetal è il risultato di quattro anni di prove ed errori. Una sedia che nonostante le apparenze non ha bisogno di cuscino.

Morale della favola: la voglia di green fa sì che una sedia da esterno possa anche essere utilizzata in cucina o in una sala d'attesa.

Vegetal  
Produzione: Vitra  
Materiale: resina







## Time of Moss

Design: Makoto Azuma \_ 2009

Un giardino in casa.

Un giardino di muschi composto da piccole zolle assemblate su di un supporto reticolare biodegradabile, ottenuto con la tridimensionalizzazione della fibra dell'acido poliattico. I muschi crescono assorbendo l'acqua esistente nell'aria, non solo attraverso le radici, ma grazie a tutta la loro superficie.

Makoto Azuma, artista di fiori, ha presentato Time of Moss al Salone del Mobile di Milano 2009. L'effetto che si ottiene in un interno è meraviglioso: piccole isole verdi a pavimento, impreziosite da depressioni e protuberanze.

"my work for this exhibition shows the encounter and coexistence of two lifeforms with different origins. Living things connect strongly and straightforwardly, and conceal unlimited possibilities."

# Interpreting Design Languages

**Claudio Dell'Era, Camilla Fecchio e Roberto Verganti**  
MaDe In Lab - MIP Politecnico di Milano

Il crescente interesse da parte dei consumatori di arredamento nei confronti degli aspetti stilistici dei prodotti e la varietà che contraddistingue il mercato dei mobili per la casa, evidenziano la necessità di nuovi strumenti in grado di interpretare i nuovi modelli di consumo. I prodotti non vengono ormai più valutati solo in relazione alle funzioni che offrono, ma anche, se non prevalentemente, in relazione agli aspetti estetici e comunicativi. Il panorama progettuale che caratterizza il settore dell'arredamento italiano è particolarmente ricco ed articolato. È infatti caratterizzato dalla con-presenza di una moltitudine di stili e soluzioni estetiche che si diffondono con dinamiche temporali sensibilmente differenti: trend di breve termine e tendenze di più ampio respiro. Come si distribuiscono le preferenze e le scelte di acquisto dei consumatori? Quali sono le soluzioni progettuali proposte con maggior convinzione e forza dai produttori?

Attraverso una prospettiva originale ed inedita, Interpreting Design Languages, ricerca sviluppata da MaDe In Lab - MIP Politecnico di Milano in collaborazione con Webmobili e con il patrocinio di Agos, si propone di supportare produttori, rivenditori e studi di design che operano nell'arredamento nella comprensione dei desideri e delle scelte d'acquisto dei consumatori in relazione ai linguaggi di design. La ricerca offre un quadro dell'offerta e della domanda di prodotti dell'arredamento italiano secondo due direttrici principali: i segni, ovvero le caratteristiche elementari che definiscono l'aspetto estetico e formale del prodotto (materiali e colori) e i linguaggi, cioè gli stili di prodotto che ne definiscono l'aspetto emozionale e simbolico. L'edizione 2009 di Interpreting Design Languages si concentra su tre aspetti innovativi rispetto alla ricerca dell'anno passato:

- Sviluppo di analisi e benchmark ad-hoc di imprese e designer rispetto ai quali si desidera conoscere il posizionamento linguistico ed il successo dei prodotti proposti sul mercato;
- Confronto tra le preferenze espresse dai consumatori di arredamento attraverso il portale dell'arredamento italiano Webmobili e le scelte d'acquisto operate presso i punti vendita;
- Comparazione delle preferenze espresse dai consumatori di arredamento prima e dopo la recessione economica.

# Green, recessione economica e le preferenze dei consumatori di arredamento

Al fine di supportare le imprese nelle strategie di innovazione ed i rivenditori nell'identificazione dei prodotti da campionare ed esporre, la ricerca si propone inoltre di mappare le dinamiche dell'offerta dei produttori offrendo un quadro esaustivo delle scelte progettuali proposte nel settore dell'arredamento italiano. Per comprendere nel dettaglio quali sono gli spazi competitivi maggiormente interessanti e quali sono invece i principali fenomeni di saturazione l'offerta viene inoltre segmentata in relazione alle differenti soluzioni tipologiche ed alle fasce prezzo. Grazie alla combinazione di fonti di dati uniche, a sorgenti predittive come internet e all'utilizzo di avanzate metodologie di analisi, Interpreting Design Languages fornisce indicazioni su trend di stili, modelli, colori, materiali e fasce prezzo.

Interpretare  
l'arredamento  
italiano attraverso  
i linguaggi di design

Interpreting Design Languages si basa sull'identificazione di sei linguaggi di design dominanti che consentono di reinterpretare l'offerta dei prodotti di arredamento secondo una chiave di lettura originale. Tali linguaggi sono stati utilizzati per mappare i prodotti di diversi comparti.



1



## Natural & Primitive

stimola sensazioni legate al mondo della natura e della memoria, comunicate attraverso l'uso di legno, fibre naturali e di colori caldi come il marrone. Evidenzia la voglia di naturalezza e di riappropriazione delle origini. Esso rappresenta ben il 17% dei prodotti proposti nel comparto Bagno e risulta essere il linguaggio preferito nel comparto Giorno.



2



## Cosy & Quiet

identifica il bisogno di tranquillità e di benessere, di comfort e rassicurazione. È caratterizzato da forme morbide ma semplici, colori pacati e atmosfere distensive. Il 27% dei prodotti proposti nel comparto Cucina adottano tale soluzione linguistica; secondo il 55% dei rivenditori è stato il linguaggio più venduto nel comparto Divani e poltrone nel corso del 2008.



3



## Technical & Functional

moderno e tecnologico, si esprime attraverso l'utilizzo prevalente di colori chiari, come il grigio e il bianco combinati con materiali metallici (acciaio e alluminio). L'enfasi sulla funzionalità è espressa dalla visibilità dei componenti tecnologici. Rappresenta ben il 23% dei prodotti proposti nel comparto Tavoli e secondo il 36% dei rivenditori è stato il linguaggio più venduto nel comparto Sedie nel corso del 2008.



4



## Essential & Sleek

fa riferimento a prodotti caratterizzati da uno stile pulito, elegante ed essenziale, in unione a materiali quali la pelle, il legno scuro e superfici trasparenti (vetro o cristallo). I colori dominanti sono il nero, il marrone scuro e l'antracite. Il 26% dei prodotti proposti nel comparto Giorno adotta tale soluzione linguistica e risulta essere il linguaggio preferito in relazione ai nuovi prodotti nel comparto Cucina.



5



## Young & Playfull

è caratterizzato da prodotti allegri e dinamici, spesso realizzati in materiale plastico, con giochi di trasparenze e colori vivaci. Esprime gioia, desiderio di divertimento e ironia, ma senza ricorrere a forme shockanti ed eccessive. Rappresenta ben il 20% dei prodotti proposti nel comparto Illuminazione e risulta essere il linguaggio preferito in relazione ai nuovi prodotti nel comparto Sedie.



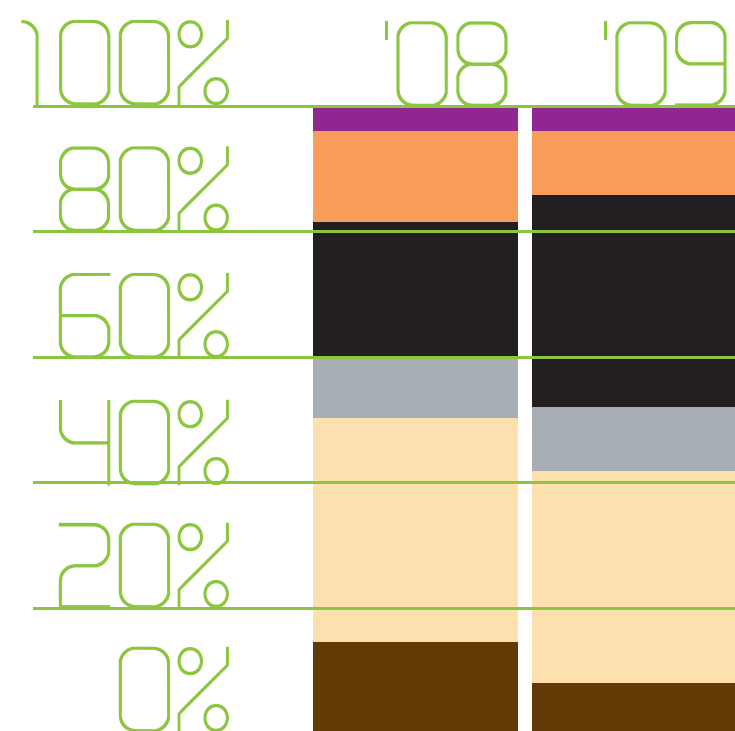
6



## Bold & Expressive

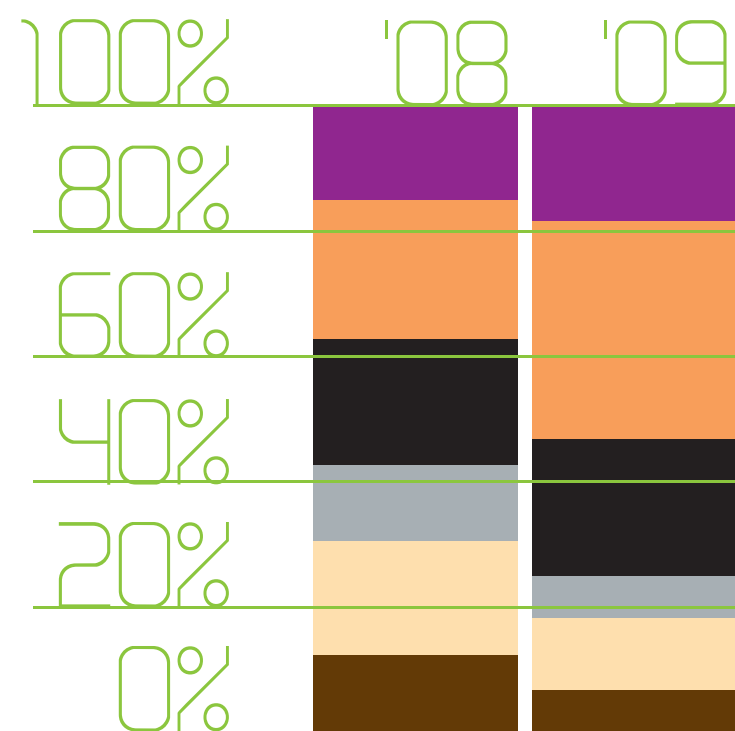
Bold & Expressive esprime energia, esuberanza, se non provocazione. È caratterizzato da colori particolarmente intensi come rosso, giallo, arancione, spesso associati all'utilizzo di materiali plastici e a forme di forte impatto estetico. Risulta essere il linguaggio preferito nel comparto Illuminazione ed evidenzia un trend crescente delle preferenze espresse nel quadriennio 2005/2008 in relazione al comparto Divani e poltrone.

Per cogliere gli effetti della crisi economica sui consumatori di arredamento abbiamo confrontato le preferenze dei consumatori dimostrate attraverso le visite al portale Webmobili in relazione al medesimo campione di prodotti nel medesimo periodo dell'anno nel corso del 2008 e del 2009. Più nel dettaglio abbiamo confrontato la distribuzione delle preferenze in relazione ai vari linguaggi nei diversi comparti espresse nei primi due mesi del 2008 e del 2009. Le cucine Essential & Sleek hanno evidenziato la variazione positiva più significativa (+12%), controbilanciata da diminuzioni nelle preferenze in relazione a Natural & Primitive e parzialmente Young & Playful. In particolare se nel bimestre Gennaio-Febbraio 2008 solo il 17% delle visite internet era rivolto a cucine Essential & Sleek, nel medesimo periodo del 2009 tale percentuale è salita al 29%.



Comparto Cucina

Fonte: Interpreting Design Languages 2009, MaDe In Lab - MIP Politecnico di Milano (www.designlanguages.it)



Comparto Illuminazione

Fonte: Interpreting Design Languages 2009, MaDe In Lab - MIP Politecnico di Milano (www.designlanguages.it)

## L'impatto della crisi economica sulle preferenze dei consumatori di arredamento

L'illuminazione ha evidenziato un comportamento significativamente differente; in tale comparto è proprio Young & Playful a evidenziare la migrazione di preferenze più significative a cui corrisponde una diminuzione nel gradimento delle lampade Cosy & Quiet. In particolare se nel bimestre Gennaio-Febbraio 2008 solo il 21% delle visite internet era rivolto a sedie Young & Playful, nel medesimo periodo del 2009 tale percentuale è salita al 32%. Mentre i tavoli come le cucine, i divani e le poltrone evidenziano una significativa ripresa del linguaggio dell'eleganza, il mondo dei complementi d'arredo ed affini è caratterizzato da un'evidente crescita dei linguaggi maggiormente espressivi e disincantati.



La crisi economica ha indotto reazioni differenti in relazione ai vari comparti. I prodotti maggiormente sistemici e che comportano un investimento economico e cognitivo più rilevante sono caratterizzati da una migrazione di preferenze dai linguaggi Natural & Primitive e Cosy & Quiet verso il linguaggio dell'eleganza e dell'essenzialità. Sedie, Illuminazione e Giorno vedono affievolirsi le preferenze associate ai medesimi linguaggi a beneficio però dei linguaggi maggiormente ironici ed espressivi: Young & Playful e Bold & Expressive. L'analisi inter-comparto ci consente di concludere che la perdita di preferenze associate ai prodotti Natural & Primitive e Cosy & Quiet ha attivato due reazioni dicotomiche. Da un lato alcuni comparti evidenziano una significativa ripresa del linguaggio dell'eleganza, dall'altro il mondo dei complementi d'ar-

redo ed affini è caratterizzato da un'evidente crescita dei linguaggi maggiormente espressivi e disincantati. La crisi economica ha acuito le differenze tra i consumatori con elevata capacità di spesa e tendenzialmente inclini ad un design maggiormente legato allo stile e all'essenzialità ed i consumatori con minor capacità d'investimento alla ricerca di linguaggi maggiormente ironici e divertenti. Se infatti i prodotti Essential & Sleek sono caratterizzati da prezzi tendenzialmente superiori alla media, quelli Young & Playful sono al contrario relativamente economici. In tale dinamica i prodotti Natural & Primitive e Cosy & Quiet, presentando perlopiù prezzi medi, risultano in sofferenza.

Se i linguaggi di design evidenziano risultati differenti nei vari comparti analizzati, la motivazione principale che ha spinto i pro-

duttori di arredamento a proporre nuove interpretazioni di prodotto è indiscutibilmente legato al valore della sostenibilità. Gli operatori di settore hanno progressivamente maturato una consapevolezza maggiore di tale valore, passando da una sua espressione perlopiù estetica ad una sua interpretazione quale elemento imprescindibile di progetto. Ad esempio i tavoli proposti al Salone Internazionale del Mobile 2009 presentano delle combinazioni materiche interessanti: in particolare l'adozione di essenze in associazione con cristallo. Tali proposte possono essere considerate delle evoluzioni rispetto alle tradizionali interpretazioni dei linguaggi Natural & Primitive e Cosy & Quiet che stanno effettivamente evidenziando dei segnali di stanchezza nelle preferenze espresse dai consumatori di arredamento attraverso il portale Webmobili.



Le sedie proposte al Salone Internazionale del Mobile 2009 sono caratterizzate da innovazioni materiche piuttosto che formali: sono infatti numerose le sedute che, pur adottando delle configurazioni classiche, adottano materiali all'avanguardia. Interessante inoltre il ricorrente accostamento tra plastica opaca e trasparente. Tali innovazioni si inseriscono in un filone relativamente consolidato nel comparto Sedie che vede i linguaggi Young & Playful e Bold & Expressive come quelli maggiormente apprezzati dai

consumatori di arredamento. I divani e le poltrone proposte al Salone Internazionale del Moblie 2009 sono perlopiù caratterizzati da colori neutri in cui gli accessori (cuscini, tavolini, pouf) giocano il ruolo di protagonisti aprendosi a soluzioni cromatiche maggiormente vivaci e proponendo contrasti materici suggestivi. Tali combinazioni tentano di sintetizzare la rassicurazione tipica del linguaggio Cosy & Quiet e l'ironia del linguaggio Young & Playful. Queste soluzioni estetiche sono infatti quelle che evidenziano gli

spazi competitivi maggiormente interessanti a fronte delle analisi condotte circa le preferenze espresse dai consumatori di arredamento attraverso il portale Webmobili. Diversi produttori si sono concentrati su suggestivi giochi di intrecci, sia con pelle che con fibre naturali sino ad alcuni esperimenti con metallo. Tali intrecci non costituiscono però riferimenti diretti alla natura attraverso l'utilizzo di colori molto accessi.



# vitra.

La LONGEVITÀ  
dei PRODOTTI di  
QUALITÀ fa BENE  
all'AMBIENTE

Dal 1957 **Vitra** produce mobili e arredamento di design. Charles & Ray Eames, George Nelson, Verner Panton, Antonio Citterio, Philippe Starck, Borek Sipek, Mario Bellini, Jasper Morrison, Ronan & Erwan Bouroullec, Hella Jongerius, Alberto Meda, Jean Prouvé sono designer che hanno alimentato di idee e contenuti le collezioni **Vitra** per l'ufficio, la casa e gli spazi pubblici.

Se design e innovazione in **Vitra** contribuiscono a creare il futuro, l'ecosostenibilità è un valore che appartiene all'azienda dall'inizio degli anni novanta. L'impegno di **Vitra** per l'ambiente e la

salute va molto oltre la selezione dei materiali e i processi di produzione: è un contenuto trasversale che influenza tutte le attività dell'azienda.

Dal 1997 **Vitra** è certificata secondo gli standard DIN EN ISO 9001 e DIN EN ISO 14001. Risorse, materiali, sviluppo dei prodotti e produzione rispettano severe linee guida.



Alluminio e legno sono materiali sicuri e completamente riciclabili. Polipropilene e poliamidi, le plastiche usate più di frequente per i prodotti **Vitra**, sono classificate tra le plastiche che possono essere interamente riciclate. Per le finiture di metalli

e superfici di legno si applicano trattamenti che escludono l'uso di solventi.

Per i packaging **Vitra** sceglie materiali a basso impatto ambientale e con minimi ingombri al fine di ottimizzare l'impiego di container e mezzi di trasporto.

Inoltre **Vitra** offre il proprio contributo all'ambiente con la longevità dei propri prodotti grazie a un'alta qualità e al valore del design.

Se i dati dell'Environmental Report di **Vitra** (<http://www.vitra.com/en-1p/home/ecology/>) rispettano le leggi tedesche ed europee e sono verificati periodicamente da società esterne, nei progetti Vitra natura e design si intrecciano dando vita a prodotti fuori dalle mode.

La sedia **Vegetal**, progettata per **Vitra** da Roman & Erwan Bouroullec, ci consente di entrare nel cuore e nell'anima green di **Vitra**.

A fine di un processo di sviluppo durato quattro anni Ronan & Erwan Bouroullec hanno messo a punto insieme a **Vitra** una sedia universale, per interni ed esterni, le cui forme sembrano derivate direttamente dalla natura.

**Vegetal** si compone di strutture ad asta, che si intrecciano su tre livelli, per creare un scocca tondeggiante e leggermente irregolare. Dalle gambe si propagano delle diramazioni, che danno stabilità alla sedia.

Il progetto si basa su un modello storico del giardino del 19° secolo, nel quale le giovani piante, attraverso una cura costante e una potatura attenta, crescevano formando delle strutture simili a mobili. Ma come si costruisce una sedia, che si avvicini quanto più possibile all'idea della sedia in continua crescita? Questo il quesito di partenza posto dai designer. Per realizzare nuove strutture e forme costruttive Ronan & Erwan Bouroullec sono andati alla

radice di nessi di carattere storico e culturale. Pertanto **Vegetal** può essere inquadrata non soltanto nel contesto del design e dell'arredamento dei giardini, ma alla luce dell'attuale tendenza ad utilizzare mobili per esterni a seconda delle esigenze in contesti indoor, outdoor o in terrazza.

Se la natura ha partecipato al progetto di **Vegetal**, la sedia dei fratelli Bouroullec porta dentro di sé un'anima naturale che rispetta l'ambiente.

# materiali

**L'acciaio** è composto di ferro e carbonio con aggiunta di varie leghe. Forza e l'elasticità possono essere regolate in base al tipo d'acciaio, il materiale può essere utilizzato in modo flessibile e in molte forme diverse. Concluso il ciclo di vita del prodotto, i componenti di acciaio possono essere fusi e completamente riciclati.

**Poliammide** è un materiale sintetico termoplastico molto forte. Con l'aggiunta di una piccola quantità di materiale nuovo, il poliammide può essere riciclato al 100%. Al fine di agevolare una sola varietà di separazione e riciclaggio, tutti i componenti di plastica che sono abbastanza grandi sono conformi ed etichettati: ISO 11469:2000.

# riciclaggio, imballaggio e riutilizzo dei prodotti

Una volta che un prodotto raggiunge la fine del suo ciclo di vita, deve essere smaltito.

## Riciclabilità:

**Vegetal** è riciclabile al 100% , quando completamente separata. **Vitra** conosce il significato del termine riciclabilità: fusione e riutilizzo delle materie prime. Poliuretano e prodotti in legno, per esempio, non possono essere fusi. Tuttavia, questi materiali possono essere utilizzati per produrre energia termica o schiacciato e materiali riciclati.

## Percentuale di materiale riciclato:

**Vegetal** contiene 2% di materiale riciclato. L'utilizzo di materiali riciclati consente di conservare risorse preziose. Con la loro quota di materiali riciclati, tra le altre cose, il prodotto **Vitra** può contribuire a un buon rating di programmi di certificazione per la sostenibilità degli edifici.

# IL PUNTO DI VISTA SLOW, DAL CIBO AL DESIGN

**Silvio Barbero**  
Segretario Generale Slow Food

**Il percorso di Slow Food è stato, da subito, cioè dalla sua nascita nella seconda metà degli anni Ottanta, una specie di gioco ad includere, molto orientato alla complessità.**

Per iniziare a tracciare la prima analogia, possiamo dire che 20 anni fa, la gastronomia era una questione eminentemente formale. La cosiddetta "nouvelle cuisine" aveva portato a valutare la riuscita di un piatto, e di conseguenza il valore di un cuoco, in base al risultato finale. Non che questo sia sbagliato, naturalmente, ma di nuovo era solo un pezzo di un sistema molto più complesso.

Quanto un piatto sia bello, profumato e gustoso è sicuramente un elemento da considerare, e l'abilità tecnica di trasformazione che un cuoco possiede è certamente una parte importante della sua sapienza. Ma, di nuovo, è solo una parte.

La cosa interessante è che tutto questo significava fare un passo indietro nella considerazione della gastronomia.

Se Brillat Savarin nel Settecento scriveva:

**"La gastronomia è la conoscenza ragionata di tutto ciò che si riferisce all'uomo in quanto egli si nutre... Così è proprio essa che fa muovere i coltivatori, i vignaioli, i pescatori e la numerosa famiglia dei cuochi, quale che sia il titolo o la qualifica sotto cui essi mascherano il loro occuparsi della preparazione degli alimenti. La gastronomia appartiene: alla storia naturale, per la classificazione che fa delle sostanze alimentari; alla fisica, per le diverse analisi e scomposizioni che fa loro subire; alla cucina, per l'arte di preparare i cibi e di renderli piacevoli al gusto; al commercio, per la ricerca del mezzo di comprare al miglior prezzo possibile ciò che essa consuma e di smerciare più convenientemente ciò che pone in vendita; all'economia politica, per le risorse che essa offre al fisco e per i mezzi di scambio che stabilisce tra le nazioni."**

come era successo che, alle porte del XXI secolo, ci si riferiva invece ai gastronomi come a cultori di elementi ludici e marginali, hobbisti della domenica tanto lontani dall'economia quanto dalla cultura, quella "vera"?

Era successo a forza di ridurre, di dividere le competenze, grazie anche ad un sistema educativo per cui - a partire dalle nostre università - si conosce sempre di più su sempre di meno. Da quella

gastronomia partì anche Slow Food, naturalmente, ma per fare subito un primo passo di lato. La cucina tradizionale, quella legata ai territori e ai prodotti, alla cultura di un territorio, che ruolo aveva in questo firmamento che pareva dare cittadinanza solo alle stelle di prima grandezza? Fin dalla prima edizione di Osterie d'Italia, anno di grazia 1989, la volontà fu quella di ampliare gli orizzonti della ricerca e della comprensione.

Poco per volta percorremmo, all'inverso, tutti i passi che nella realtà fanno le produzioni agroalimentari. Partimmo dalla considerazione della cucina per spostarci alla produzione, e poi inserire questa in un sistema ecologico e di risorse, e quindi considerare in questo il ruolo delle persone, non solo degli addetti ai lavori ma anche delle figure laterali, senza dimenticare quelle finali, quelle che non producono ma consumano.

Il risultato più interessante di questa "apertura alla complessità" sta proprio nella definizione di Comunità del Cibo nata grazie a Terra Madre. Quando si cambia, quando si fanno delle piccole o grandi rivoluzioni, le parole hanno un ruolo importante. Il primo passo per fare qualcosa di nuovo, per parlarne ed elaborarlo è dargli un nome. Improvvisamente le parole che abbiamo sempre usato ci stanno strette e abbiamo bisogno di nuove parole o di nuovi accostamenti o di nuovi significati condivisi. Quanto più saranno condivisi, tanto più successo avrà la rivoluzione.

Quando abbiamo iniziato a ragionare sull'evento Terra Madre sentivamo che il concetto di Comunità era centrale in quel che desideravamo fare, ma sentivamo, al tempo stesso, che quel concetto si era evoluto, era cambiato e che noi (e con noi tutti coloro che si occupavano di agricoltura di piccola scala, sostenibilità, sviluppo) lo avevamo in qualche modo perso di vista.

Quando provammo a chiarirci su chi volevamo che venisse a Terra Madre, ovviamente la prima parola che usammo fu "i produttori". Ma immediatamente ci rendemmo conto che non era proprio così: volevamo i produttori, certo, ma anche i seed savers, i cuochi, coloro che si occupavano di produzione ed educazione, i trasformatori, i pescatori, i rappresentanti delle economie fondate sulla caccia e la raccolta, ricercatori e studiosi... Produttori era





riduttivo. E andando avanti con le riunioni e le analisi ci fu chiaro che quel che volevamo valorizzare era il legume che, nelle produzioni agroalimentari di piccola scala, nel "cibo sostenibile" esisteva tra molte di queste figure. Dall'idea di legume all'idea di rete, lo vedremo, il passo è breve.

Il termine di comunità rurale non era sufficiente: solo in alcune parti del mondo, ormai, la comunità rurale assolve a tutte le funzioni che riguardano un cibo dalla sua produzione alla vendita finale. Eppure il cibo sostenibile c'è dappertutto. Come funziona laddove la comunità rurale non esiste? Nei paesi dove l'individuo e non la comunità, è al centro della scena, come fa il cibo sostenibile a compiere tutti i passaggi necessari?

Anche il termine "filiera" non era adeguato: si riferisce ad un ambito tecnico produttivo che viene concepito nel suo insieme, che prevede una consapevolezza dei vari passaggi da parte dei vari attori. Invece molto spesso non c'è una attuale cooperazione tra i vari anelli che costituiscono la catena del cibo sostenibile. C'è, di fatto, una cooperazione, ma uno degli obiettivi di Terra Madre era per l'appunto quello di rendere esplicita questa connessione, di fare in modo che si alzasse il livello di consapevolezza della necessità e della bontà dell'interdipendenza tra i vari attori.

È così che siamo arrivati a definire, per gradi, per approssimazioni, per inclusioni, la Comunità del Cibo. Una comunità del cibo è per certi versi un concetto astratto, come spesso accade quando si ha a che fare con il concetto di comunità. Si fa infatti riferimento ad un comune sentire, o a un comune comportamento o convincimento, o situazione (comunità religiosa, politica, rurale) che solo raramente implica una attuale vicinanza, o conoscenza delle persone coinvolte. Ecco, una comunità del cibo è composta da persone che possono fare lavori diversi, possono abitare in posti diversi e vivere condizioni ("livelli") di sviluppo diverse. Ma sono parte della stessa comunità del cibo perché le loro attività riferite a quel cibo sono svolte con lo stesso intento, nella condivisione degli stessi valori e degli stessi obiettivi. Il pastore che vende il latte al casaro che consegnerà il formaggio al ristorante sta all'inizio di una comunità di cui non necessariamente conosce tutti gli elementi.

---

**Il cibo sostenibile non può essere il frutto del lavoro di una sola persona. Il cibo, quello vero quello che fa bene a tutti, a cominciare da chi lo coltiva per passare a chi lo trasforma e lo elabora e lo cucina e lo mangia; che fa bene alla terra in cui nasce e cresce e fa bene all'acqua e all'aria che lo nutrono e fa bene al sole che lo mantiene in vita, quel cibo lì che è cibo buono "per davvero" non può che essere cibo di tutti.**

---

Arrivammo così a dare una nuova definizione anche al concetto di qualità, legandola, all'idea di buono, pulito e giusto.

Proprio a partire da questo elemento, da questa sintesi, è risultata chiara l'applicabilità del modello Slow Food anche ad altri settori.

E la forza di questo slogan sta proprio nel fatto che non sceglie, che afferma come il concetto di qualità non possa essere un concetto riduttivo, ma debba necessariamente essere un concetto complesso.

Credo di non aver bisogno ora di evidenziare che l'elemento tempo in tutto questo non è e non può essere fine a se stesso. Spesso, e con sempre maggiore fastidio, devo confessare, sento liquidare l'idea di Slow Food con battute del tipo: "eh, parlate bene voi, ma chi ce l'ha più il tempo per mangiar lento". Questo è esattamente un approccio quantitativo ad una questione complessa e che dunque non può essere ridotta a quantità.

Anche un panino al bar, può essere Slow Food, se le sue caratteristiche rientrano nella qualità buona pulita e giusta e se c'è un qualche livello di consapevolezza e di interazione tra chi lo consuma e chi lo offre in vendita.

Ora proviamo a fare qualche applicazione al mondo del design. Così come Slow Food per evolversi ha dovuto andare al di là del piatto, al di là del cibo in sé e per sé, probabilmente uno sforzo simile sarà richiesto al mondo del design se vuole provare ad avere un



approccio complesso a questo mestiere. Il designer, di mestiere, dà forma alle cose, o meglio: alle funzioni. Un approccio Slow al design dà le vertigini perché il primo passo è proprio l'accettare che la forma della realtà è in costante evoluzione e quindi l'unico modo per non perdere di vista la realtà è proprio imparare a godere di quel continuo cambiamento di prospettiva, imparare che quella forma lì non è che una delle forme possibili.

Che la forma non è importante - importante è l'uomo che la userà, importante è il sistema complesso in cui quella forma si inserirà - non è un pensiero facile per un designer. Ma se un qualunque oggetto, che sia un telefono, un'automobile, un armadio o un macello, è destinato ad un mondo complesso, allora dovrà contenere in sé la complessità fin dal suo design.

Pensate a quanto fascino hanno su di noi gli oggetti la cui destinazione d'uso è stata cambiata: pentole che diventano vasi da fiori, attrezzi da pesca che diventano lampadari, pantofole cinesi che diventano portamatite. Queste situazioni suscitano solitamente simpatia e piacere perché scardinano delle rigidità che in qualche angolo del cervello ci risultano un po' aride, limitanti.

Se anche per gli oggetti è possibile prevedere una qualità che in questo caso potremmo definire "bella, pulita e giusta", allora gli attori chiamati a costruire questa qualità composita devono esserci subito tutti dall'inizio.

La bellezza, così come il "buono" dei gastronomi degli anni Ottanta, sta davvero rischiando di essere relegata ad elemento accessorio, proprio perché in una visione riduzionista è stata svincolata dalle sue stesse funzioni. Dove sta scritto che le nostre periferie debbano essere brutte? Come facciamo a chiamare stilisti, dando loro riconoscimenti in quanto promotori del bello italiano nel mondo, titolari di aziende che aprono lussuose boutique nei centri storici, e massacrano con i loro capannoni e outlet le periferie, un tempo rurali, delle nostre città?

Anche nel design si riparte dal piacere. Non è vero che non si possano costruire case belle da vedere nelle zone popolari. Così come non è vero che per alimentarsi bene si debbano spendere delle fortune. Le nostre nonne, parsimoniose per necessità e

formazione, han sempre mangiato prodotti eccellenti. Le persone, i bambini che crescono nel bello saranno adulti migliori esattamente come i bambini ben alimentati.

---

**Il giusto e il pulito nel design non sono molto diversi da quel che sono nell'agroalimentare. Hanno a che fare con la protezione della natura, dell'ambiente, della salute di chi lavora, della giusta retribuzione, del giusto prezzo, della salute di chi userà gli oggetti creati.**

---

Non resta che rassegnarsi, anche nel mondo del design, alla complessità, all'idea di sistema. Forse tra non molto si potrà parlare delle "Comunità del Design" intendendo quello che già oggi si chiama "sistema integrato" e che, vedi caso ha alcuni dei suoi progetti esemplari proprio nel mondo dell'agroalimentare. Più si ha a che fare con elementi vivi e più in fretta si arriva alla necessità di considerare le cose con un approccio complesso.

Il design è forse un po' in ritardo perché non ha considerato con la dovuta attenzione il fatto di avere a che fare con esseri viventi: per l'utilizzo di materie prime, per i destinatari delle sue produzioni.

Ecco, un approccio Slow al design deve significare che si lavori avendo in mente un'idea di bellezza non svincolata dalla funzione e dalla fruizione, così come la gastronomia non può rifarsi ad una idea di bontà svincolata dalla produzione e dal consumo. Mettiamo al centro l'uomo e la natura e diamo ascolto alle loro istanze, lo Slow Design non può che essere questo.



# creatività e sostenibilità: il compasso sempre più green

## Luisa Bocchietto

Presidente ADI - Associazione per il Disegno Industriale

Il primo luglio scorso a Milano è stato presentato l'ultimo ADI Design Index, pubblicazione che raccoglie i migliori prodotti di design italiano messi in produzione annualmente e che testimonia il lavoro corale dell'Osservatorio Permanente per il design ADI, oggi strutturato su dodici Delegazioni Territoriali, Commissioni Tematiche e Comitato di selezione finale. Tre livelli di selezione, più di cento esperti che ogni anno lavorano per raccontare il design italiano. Un racconto straordinario che va ad integrare, in proiezione, ogni tre anni, la Collezione Storica del Compasso d'Oro, con i pezzi premiati, scelti

tra i selezionati Index da una Giuria Internazionale, appositamente incaricata.

Una Collezione viva che si accresce ad ogni Compasso d'Oro.

Una struttura, l'Osservatorio, che, accanto alla selezione, ne elabora di continuo i criteri.

Ciò che è significativo, a fianco del lavoro di selezione costante nel tempo svolto dall'Osservatorio, è il continuo aggiornamento dei principi di selezione

che ADI promuove al proprio interno. Un dibattito ininterrotto, svolto tra i propri soci per adattare gli strumenti di giudizio ad una realtà in cambiamento, necessario per capire ed indirizzare il design. Accanto ai principi di sempre, forma e funzione, si sono affermati nel tempo come elementi di giudizio la sostenibilità, la riduzione dei consumi, il design for all.

Perché essi non restino sola dichiarazione di principio è necessario però che, in modo ancora più influente, questi elementi siano in grado di determinare l'assegnazione dei premi futuri. Solo in questo modo l'ADI potrà contribuire ad indirizzare il progetto verso una maggiore sostenibilità.

L'inquinamento, il consumo delle risorse, l'inefficienza dei nostri sistemi di riciclo, sono ormai temi chiari a tutti, com'è chiaro che il problema sia da affrontarsi in ogni occasione possibile; anche nel design attraverso il progetto dei prodotti e sistemi.

Il contributo dei designer e delle aziende deve essere focalizzato sullo sviluppo di strategie in questa direzione, pur consapevoli che progettare prodotti significa partecipare ad un modello di sviluppo dei consumi.

Forse però un design più attento alle reali necessità delle persone ed alle loro attuali priorità potrà favorire il consumo di prodotti utili, durevoli, sicuri, e garantire un godimento estetico e funzionale nel rispetto dell'ambiente.

Forse non vogliamo smettere di consumare né di desiderare o di sognare ma possiamo farlo in modo migliore, riducendo gli sprechi inutili, dando delle priorità ai nostri bisogni, pensando non solo a noi stessi, ma anche alle generazioni future.

Penso che aumenterà, a breve, il consumo di prodotti intelligenti per la produzione dei quali è necessaria creatività e penso che la creatività non debba necessariamente essere associata solo al formalismo quanto piuttosto alla capacità d'ascolto e di risoluzione dei problemi. Ad un approccio edonistico si sostituirà un approccio più etico che ha poco a che fare con la morale e molto con l'onestà intellettuale.

Forse questi cambiamenti indotti dalla crisi saranno un'opportunità per resettare comportamenti dispersivi, che ci avevano ubriacato e di cui eravamo in stato di dipendenza cronica. Il tempo, lo spazio, il silenzio, anche visivo, sono dei valori necessari a sviluppare un rapporto in armonia con il mondo.

La pubblicizzazione d'oggetti che mai saranno messi in produzione è uno di quei meccanismi indotti dalle riviste che genera confusione; progettare e produrre costa fatica ed investimento, fare un render di un prodotto improducibile è ormai alla portata di tutti.

Più prodotti veri, più idee e più creatività applicate alle soluzioni di problemi ambientali e sociali improrogabili saranno la sfida dei prossimi anni.

# PRODURRE ECOLOGICO PER ABITARE ECOLOGICO.

I progetti per costruzioni che rispettano l'ambiente sia dal punto di vista dei materiali utilizzati che nella considerazione dei consumi successivi sono già pronti ed in alcuni casi si sta monitorandone la bontà. Nel campo dell'arredamento e del complemento quanto si sta facendo?

**COME CAMBIA LO SCENARIO DELLE NOSTRE CASE CERCANDO DI SEGUIRE UNO STILE DI VITA ECO-SOSTENIBILE?**

La nuova visione richiede un radicale cambiamento del layout della casa ed un nuovo modo di pensare all'arredamento ed agli oggetti. Siamo convinti che il bagno subirà notevoli cambiamenti cercando di assolvere alla necessità di consumare meno acqua. La cucina cercherà di rendere l'ambiente più sano trattando l'aria e l'acqua fornendosi di energia pulita

dal sole. Ogni cellula abitativa cercherà di essere autosufficiente non consumando energia e beni non rinnovabili. Tutto ruoterà attorno all'ambiente misurando l'efficienza in termini di "impronta ecologica" (che è l'indice statistico utilizzato per misurare la richiesta umana nei confronti della natura, indica quanto territorio biologicamente produttivo viene utilizzato da un individuo). Ogni azione sarà accompagnata da un costo ecologico.

**L'ARREDAMENTO GIOCHERÀ UN RUOLO DETERMINANTE NEL RIDURRE QUESTA IMPRONTA ECOLOGICA:**

consumerà meno in fase di realizzazione, produrrà energia, filtrerà l'acqua, analizzerà i cibi, permetterà di conservarli acquistandoli sfusi e senza conservanti, non permetterà allo sporco di depositarsi diminuendo in modo radicale l'uso di detersivi,

permetterà di depurare l'aria in modo naturale creando spazi verdi nelle case dove si coltiveranno le erbe aromatiche per l'alimentazione giornaliera, monitorerà l'ambiente domestico in tempo reale permettendo un rapido cambio di direzione dei costumi comportamentali.

Nel campo dell'architettura si sta superando l'idea di involucri altamente performanti, che consumano pochissimo, ora si parla di involucri che producono energia. I mobili che arrederanno questi involucri ad alta efficienza dovranno soddisfare requisiti di sostenibilità decisamente più alti di quelli attuali. Tutto rientrerà nel ciclo naturale ristabilendo l'equilibrio perduto.

Crediamo nella ricerca della nuova energia dell'abitare. Soluzioni sostenibili in grado di innovare la qualità del vivere domestico. Una ricerca mirata alla sostenibilità non deve prescindere dalla qualità del vivere e non deve perdere di vista l'innovazione.

Il progettista non deve mai dimenticare che il suo compito è quello di dare forma poetica a ciò che è pragmatico.

**OGGI LA DOMANDA CHE CI PONIAMO È: COME PUÒ UN CONSUMATORE ATTENTO ACQUISTARE UN PRODOTTO CON LA SICUREZZA CHE PROPRIO QUEL PRODOTTO HA SEGUITO UN CICLO DI PRODUZIONE ECO-SOSTENIBILE?**

Non tutti i prodotti si possono fregiare del titolo “made with recycled material” ma non è detto

che anche senza questo fregio non si possa rispettare l'ambiente. Design eco-sostenibile quindi non è solo riciclo e riuso ma può passare attraverso un'attenta analisi del ciclo di produzione dalla materia prima al prodotto finito.

Un approccio sistemico alla progettazione che guarda alle soluzioni prima che ai prodotti è secondo noi la migliore strada da intraprendere per generare prodotti con un alto grado di attenzione all'ambiente.

Ormai tutti sappiamo che ad ogni azione corrisponde una “produzione di CO<sub>2</sub>”, un controllo

attento del processo porta ad un “risparmio mirato di CO<sub>2</sub>” che si traduce in un migliore approccio al problema della sostenibilità.

L'approvvigionamento delle materie prime è un altro punto nodale per la salvaguardia dell'ambiente, il legname ad esempio incide in modo profondo sull'ecosistema, le miniere con i processi di purificazione del materiale sono un'altro momento ad alta potenzialità di inquinamento.

Per un futuro di maggior consapevolezza ambientale dobbiamo auspicarci un maggior corporativismo in materia di

investimenti da parte degli attori della produzione, una più alta attenzione all'ambiente significa investimenti massicci nella ricerca di nuovi materiali e nuove tecnologie. L'associazione delle imprese significa anche forzare al cambiamento o isolare chi non ne è orientato.

Il mondo dell'auto è un esempio a cui tendere. Si è tinto di verde per seguire un'esigenza latente del consumatore. Con un processo lungo e faticoso, nonostante ci siano in gioco variabili importanti come tecnologie e costi finali del prodotto, si approderà ad un miglioramento sostanziale.

Il processo sembra innescato e la sensazione è che, se la domanda non cesserà, le grandi compagnie continueranno nella ricerca.

Il comparto auto muove investimenti enormi fatti da pochi attori sull'intero pianeta. Se si vuole fare un parallelo con il mondo dell'arredamento, gli investimenti possono essere altrettanto interessanti ma il blocco ad un orientamento eco-sostenibile nasce proprio dalla frammentazione del comparto in una miriade di piccoli produttori. C'è sostanzialmente una minor forza degli investimenti nel far cambiare direzione alle attuali abitudini produttive.

La filiera della produzione nel settore dell'arredamento parte dal materiale, passando per il semilavorato sino alla produzione finale dell'oggetto.

E' difficile per il consumatore immaginare l'impronta ecologica che quel prodotto ha sul pianeta.

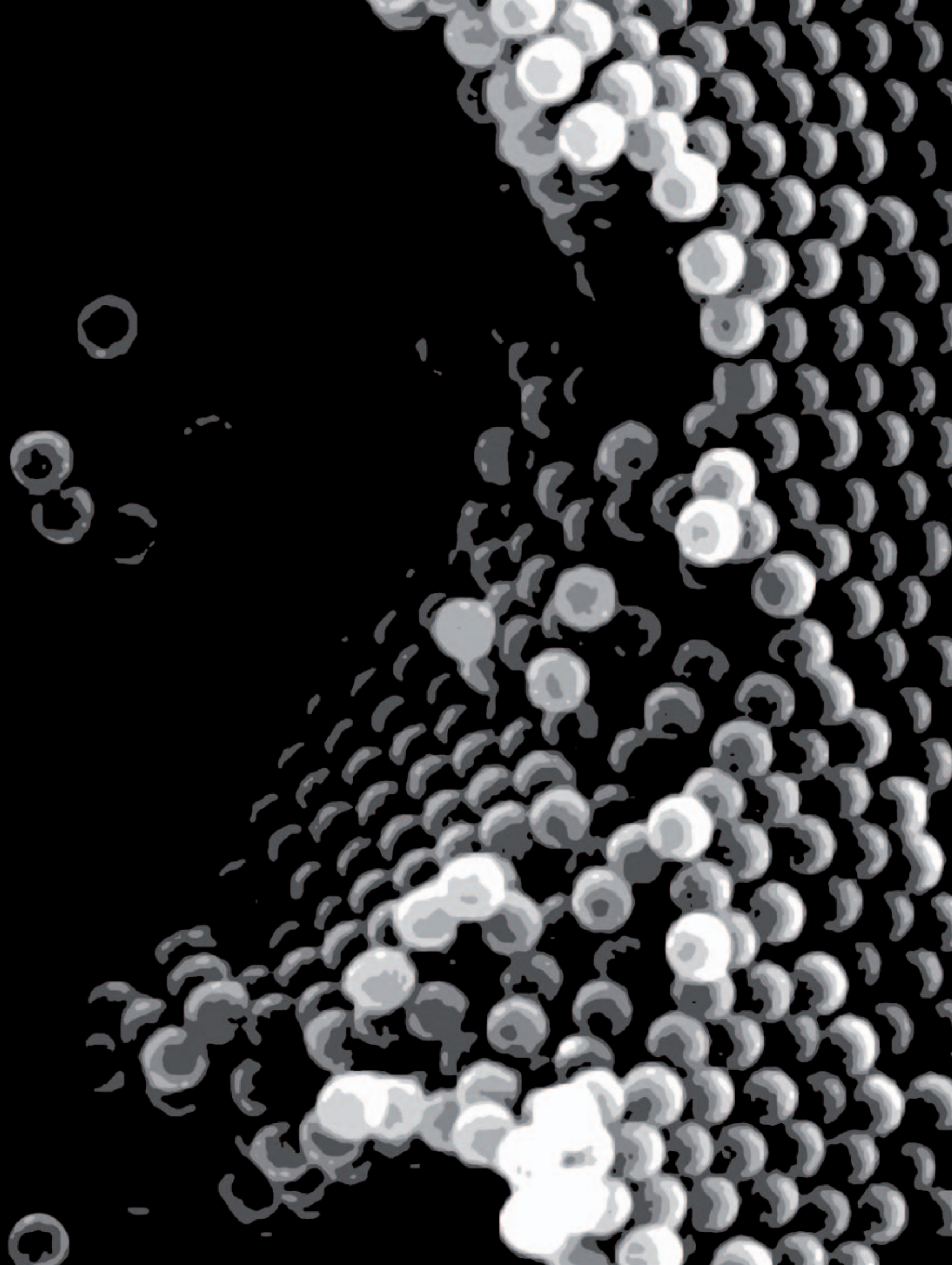
Un sistema di certificazioni sulla provenienza dei materiali, sulla produzione di CO<sub>2</sub> durante le singole lavorazioni, porterebbe a conoscenza di quanto hanno inciso, sul ciclo naturale del nostro pianeta, gli oggetti di cui siamo circondati creando una nuova consapevolezza durante l'acquisto.



# NANO TECNO LOGIE

E I  
PRODOTTI  
CHE  
CAMBIANO

**Fabrizio Pirri**  
Politecnico di Torino  
Laboratorio Materiali e Microsistemi LATEMAR



## COSA SONO LE NANO- SCIENZE E LE NANO- TECNO- LOGIE?

Le nanoscienze sono lo studio della materia alla scala nanometrica (miliardesimo di metro); le nanotecnologie sono la creazione e l'uso di materiali, di dispositivi e di sistemi attraverso il controllo della materia su scale nanometriche.

Le nanotecnologie sono intrinsecamente multidisciplinari. Richiedono sinergie tra molte e differenti discipline scientifiche (fisica, chimica, biologia) e tecnologiche (ingegneria). Molto del successo futuro si basa proprio sulla fertilizzazione incrociata di diversi rami della ricerca pura ed applicata, sul lavoro di squadra tra diversi specialisti volto a trovare nuovi materiali, nuovi processi, nuove applicazioni e alla realizzazione di prodotti innovativi.

**Le nanotecnologie offrono dunque la possibilità di concorrere ad un salto radicale. A lungo termine diverranno pervasive coprendo campi che spaziano dalla meccanica all'elettronica, dal tessile alla farmaceutica, alla biologia, all'ambiente e all'energetica.**

**Strutture nanometriche**  
(Dipartimento di Scienza dei Materiali del Politecnico di Torino, [www.polito.it/micronanotech](http://www.polito.it/micronanotech))

## E' COMPLICATO FARE NANO-TECNOLOGIA?

In linea di principio no. Basta copiare la natura. Una linea attualmente seguita in molti filoni della nanotecnologia è: copiare la natura. La natura è nanotecnologia per definizione e con un processo che viene chiamato autoaggregazione partendo dai singoli atomi costruisce strutture complesse nanometriche che poi interagiscono assieme per dare origine ai fenomeni che percepiamo e alle strutture macroscopiche che ci sono famigliari (vita inclusa).

Nel suo processo evolutivo la natura ha dato origine, autoassemblando atomi e molecole, a sistemi complessi con proprietà incredibili. Ad esempio esistono piante che sono in grado di regolare la loro capacità di assorbire o riflettere la radiazione solare; esistono strutture colorate in cui il colore non è dovuto a sostanze chimiche ma al processo di riflessione della luce solare su nanoparticelle assolutamente trasparenti (sono le ali delle farfalle, le piume di alcuni uccelli tropicali); pensiamo anche alla capacità delle lucciole di emettere luce con bassissimo consumo.

## QUANTO SONO LONTANE LE NANO-TECNOLOGIE DALL'UTILIZZO QUOTIDIANO?

Meyya Meyyappan, direttore della ricerca sulle nanotecnologie alla NASA, in un incontro con investitori della Silicon Valley ha dichiarato: "... la nanotecnologia è la creazione di materiali, processi, dispositivi e sistemi utili o funzionali attraverso il controllo della materia a livello dei nanometri e lo sfruttamento di fenomeni e proprietà innovative (fisiche, chimiche e biologiche) su quella scala di grandezza... finora c'è stata molta nanoscienza e poca nanotecnologia. Ciò di cui abbiamo bisogno è molta più enfasi sullo sviluppo tecnologico da parte della comunità degli ingegneri ... le persone non comprano nanoscienza e/o nanotecnologia ma prodotti".

**Queste frasi sintetizzano l'ambizioso programma che dovrà portare la nanoscienza nella nostra vita quotidiana attraverso materiali, dispositivi elettronici e bio-medicali, la soluzione dei problemi energetici e dell'ambiente... ed altro ancora.**

## ORIZZONTI APPLICATIVI

L'innovazione nelle conoscenze e nelle tecnologie costituisce l'elemento determinante dello sviluppo e del benessere della società di questo nuovo secolo; tutti i recenti progressi nelle scienze della vita, della salute, dell'alimentazione, dell'ambiente, dell'informazione, dei materiali, dell'energia hanno in comune lo studio e la comprensione dei fenomeni fisici e biofisici alle scale più piccole, quelle delle molecole e degli atomi. Non vi è settore che, in prospettiva, possa sottrarsi alla sfida di indagare, conoscere e sfruttare le proprietà della materia a partire dalle sue strutture più minute.

Le micro e le nano tecnologie offrono la possibilità di progettare e introdurre innovazione alle scale dove le ricadute sulle caratteristiche e sulle prestazioni dei prodotti sviluppano la massima potenzialità.

## AMBIENTE E NANO-TECNOLOGIA

Negli ultimi decenni lo sviluppo della scienza dei materiali e in particolare lo studio dei materiali nanostrutturati ha saputo rispondere oltre che ad incalzanti esigenze di carattere tecnologico anche ad una accresciuta sensibilità e ad esigenze legislative di carattere ambientale.

Per applicazioni quali ad esempio quelle dell'industria tessile, dei rivestimenti decorativi o funzionali per il settore automobilistico, i processi chimici tradizionali a forte impatto ambientale (processi di finissaggio o tintura, o rivestimenti galvanici) vengono e verranno sostituiti dalle tecnologie innovative di deposizione di film sottili in alto vuoto o da trattamenti al plasma a pressione atmosferica.

Trattamenti antimacchia, o per l'aumento della tingibilità, rivestimenti antiusura o ad elevata durezza, attivazioni superficiali per adesione tra diversi materiali (es: metalli/polimeri) o deposizioni di film polimerici con funzionalità idrofiliche o idrofobiche, deposizione di film ad alta biocompatibilità, trattamenti anti-ignifughi, film barriera ai gas.

Questo incompleto elenco di proprietà possono essere ottenute attraverso trattamenti superficiali con estensione dell'ordine dei nanometri: è possibile cioè modificare l'energia e le proprietà superficiali dei materiali trattati (sia inorganici che organici) senza modificarne le proprietà massive, ottenendo proprietà stabili e prestazioni tecnologiche superiori rispetto a quelle derivanti dai processi chimici tradizionali.

## Monica Nucera Mantelli

L'aumento della responsabilità del ruolo degli operatori commerciali come sostenitori delle future tendenze al consumo deriva dagli immanenti cambiamenti socio-culturali sul mercato.

Dialogare e entrare in contatto immediato, diretto ed empatico con il proprio target significa approdare al pensiero green.

Abbatte la barriera frontale del "davanti" o "dietro" al banco, è propedeutico al concetto di condivisione e accettazione di ciò che è altro da noi.

Operare in modo green vuol dire quindi mantenere, anche in tempi difficili, una regia commerciale coerente e a sostegno qualitativo delle piccole e grandi scelte quotidiane del consumatore. E se capiamo che quei consumatori siamo anche noi, allora ecco che il gioco è fatto.

Agli addetti ai lavori oggi non viene solo chiesto di esporre, ma di far vivere esperienze, anticipare trend, far assaporare i luoghi, impermeare per il maggior tempo possibile il "mondo di riferimento" dello showroom con stimoli e percezioni che aiutano

una più attuale vocazione al sostegno "green" del prodotto nell'ambito della filiera, attraverso forme di aggancio culturale annesso all'evoluzione interiore dell'Uomo: letteratura, teatro, musica, cinema, danza, pittura, scultura, degustazione, fruizione dei beni architettonici, storici e paesaggistici.

E con questi presupposti che è stato lanciato un progetto pilota all'interno di uno showroom del gruppo Arreda.net, il progetto di marketing culturale green dal titolo "Tango & Design". Un caso pratico sperimentato in versione pilota, con un evento che unisce i linguaggi della fotografia, video, musica, danza, food&drink, dibattito tematico. Tatto, udito, gusto, olfatto intorno al design. Condito dalla vista delle immagini artistiche di Luciano Gallino.

Un percorso multisensoriale che, attraverso il comune denominatore del design, ha coinvolto diverse "tribu" e communities (designer, imprenditori, ballerini, musicisti, videomaker, fotografi) permettendo di avvicinare nuovi target, incrementando l'arricchimento culturale dei partecipanti e investendo i titolari dell'iniziativa del ruolo di "consulenti creativi all'around design" e non solo di statici osti del prodotto intellettuale di terzi. Un modo concreto per difendere l'heritage stile "Made in Italy" e aprirsi a nuovi modi di "fare professione".

Come spiega Luca Ortolan, brillante psicodrammatista coinvolto nell'happening, *"cento anni e qualcosa in più di psicologia dinamica ci hanno insegnato che l'oggetto non è semplicemente un dato della realtà, ma è contemporaneamente un contenitore di proiezioni: rappresentazioni (spesso rappresentazioni di Sè) più o meno consapevoli a forte contenuto emotivo"*.

La contemporanea sopravvivenza dell'oggetto in sé di fronte alle proiezioni che lo abitano, struttura quella dimensione subliminale che nello slittamento

dei significati permette l'esperienza del gioco e della creatività.

In questo senso si può parlare di un'ulteriore sfaccettatura del rapporto con il manufatto, ovvero quasi di una sorta di "ergonomia emozionale". E, a partire da questo approccio giocoso al design, diventa quindi chiaro il motivo di una esplorazione dell'oggetto firmato attraverso il corpo e la sensibilità del ballerino. In particolare, il tanguero, che da sempre è abituato a un contatto costante e interazione con "l'altrui superficie".

Si è quindi partiti dalla riflessione su un oggetto icona del design, che fa parte dell'immaginario collettivo da sempre. Si tratta del divano a forma di tumide labbra rosso vivo, un omaggio a Salvador Dalì, inventato da Studio 65 nel 1971 per Gufram. Un oggetto che ci dice già tutto sul design antropomorfo. La sua caratteristica è l'evidente voglia di giocare con il corpo umano fino all'ironia estrema. L'aderenza perfetta e complementare tra il labbro inferiore e quello superiore rappresenta l'unione congrua di due elementi che si fondono in un unicum che viene percepito come "bocca". Un combaciare di perimetri che è molto familiare a ciò che i ballerini vivono nel "il corpo del tango". Una corrispondenza armonica tra i volumi che è alla base altresì di ogni buon oggetto di design.

Questa sincronia "diacronica" è ad esempio percepibile lavorando coreuticamente con le sedute di Fabio Novembre prodotte per Casamania. Trattasi di sedie realizzate ricalcando il fondoschiena di due persone semi-inginocchiate - "He" - "She" - e quindi di fatto ergonomiche.

Ed è proprio grazie all'ergonomia che l'attenzione passa dal generico - gli esseri viventi - allo specifico: l'uomo. L'ergonomia - come ha già detto qualcun

# Tango Design Cultura e green marketing

Essere green quindi non è una moda passeggera, ma un vero e proprio modo di vivere.

Un approccio al "dare-avere" in termini di buono, pulito e giusto che per un'azienda di produzione o distribuzione diventa boomerang della propria "brand awareness". E quindi della propria credibilità di firma.

il potenziale acquirente a star bene, a percorrere sensorialmente e multidisciplinariamente l'assioma tempo-spazio, in un susseguirsi di emozioni positive che tengano alta la soglia percettiva.

Tale approccio fa parte sì, di innovativi processi di marketing sensoriale e culturale, ma anche di





Fotografia: **Luciano Gallino** - Courtesy: **Carmencita by Lavazza** - Ballerini: **LCMM**

altro - è "funzionalmente umana". Studia le forme e le dimensioni che gli oggetti devono avere per essere adeguati al nostro corpo, alla sua conformazione, ai movimenti che gli vengono naturali.

Creare un laboratorio/osservatorio sul tango e il design attraverso l'ergonomia - probabilmente la qualità degli oggetti che percepiamo di più (un tavolo troppo basso, una sedia troppo alta, la boccetta di un profumo che si impugna male) - ci aiuta a passare dell'estetica all'etica della forma, ovvero l'incontro tra corpo e oggetto.

E' "ergonomico" il manufatto che ottimizza la piacevolezza, la comodità, la funzionalità dello spazio di "uso" quotidiano. E' ancor più ergonomico un oggetto che non fa sentire estraniato l'Altro, ma lo accoglie, lo arrende a sé, crea un concetto di adesione, che nell'addizione sviluppa non il "DUE", ma il concetto dell'UNO. In modo organico.

Organico, ergonomico, antropomorfo. Con questi aggettivi si costruisce il design intorno all'uomo e alla vita della Terra. Negli studi ergonomici compaiono spesso altri tre aggettivi: intuitivo, naturale, immediato. Che - guarda caso - ritroviamo nella pratica del tango argentino.

Il tango è un ballo di "fusione ad uno" dei "due". E' uno strumento capace di farci scoprire il nostro corpo attraverso non solo la dinamicità delle figure che si compiono, ma anche dalla staticità di alcune posizioni che possono essere assunte. E' l'unico ballo che, nel totale rispetto dell'Altro consente di interrompere il movimento, sperimentare il silenzio della pausa e viverne l'essenza con totale consapevolezza. Pertanto si avvicina per affinità alle pratiche orientali quali lo yoga e il taiji quan, discipline che alimentano il concetto olistico dell'universo naturale e circolare dell'Uomo. Anche questo, guarda caso, è green.

*Achillea millefolium, adonis aestivalis, adonis flammæa, aethusa cynapium, agrostemma githago, agrostis stolonifera, agrostis tenuis, agropyron intermedium, agropyron repens, alchemilla arvensis, alopecurus myosuroides, althæa irsuta, amaranthus retroflexus, amaranthus lividus, ambrosia elatior, ammi majus, anagallis arvensis, anchusa officinalis, androsace elongata, androsace maxima, anthemis arvensis, antirrhium orontium, apera spica, arenaria serpyllifolia, arrhenatherum elatius, arbidopsis thaliana, asperula arvensis, atriplex hastata, atriplex patula, avena indiciana, avena fatua, avena strigosa, barbarea intermedia, barbarea vulgaris, bertozia incana, brachiaris platyphylla, brachypodium pinnatum, brassicella erucastrum, bromus arvensis, bromus erectus, bromus tectorum, bunias erucago, dupleurum rotundifolium, camelina tlyssum, campanula rapunculoides,*

# C A N T O O T T

*cardamine irsuta, capsella bursa pastoris, calendula arvensis, caucalis lappula, caucalis latifolia, cardaria draba, cenchrus enchianthus, centaurea cyanus, cerastium arvensis, chenopodium glaucum, chenopodium vulvaria, chrysanthemum segetum, cirisium arvensis, collomia grandiflora, coronilla varia, convolvus arvensis, crepis setosa, cynosurus echinatus, cynodon dactylon, delphinium consolida, descourania sophia, digitaria sanguinalis, diploaxis muralis, diploaxis viminea, echium vulgare, eleusine indica, erigeron annuus, erysimum cheiranthoides, erophila vulgaris, erodium cicutarium, erucastrum gallicum, euphorbia exigua, euphorbia falcata, euphorbia pepus, filago arvensis, filago gallica, fumaris officinalis, galium aprina, galium tricorne, galeopsis angustifolia, galeopsis ladanum, galeopsis pubescens, galinsoga parviflora, geranium posillum, gypsophila muralis, hypochoeris glabra, holcus lanatus, iberis amara, lamium amplexicaule, lapsana communis, lathyrus*

*aphaca, lathyrus nissonia, lepidium sativum, lamium purpureum, leptochloa fascicularis, leptochloa filiformis, linaria vulgaris, lycopsis arvensis, lithospermum arvensis, lolium temulentum, malva neglecta, malva pupilla, malva silvestris, matricaria camomilla, melandrium noctiflorum, mentha arvensis, mercurialis annua, mibora minima, minuartia tenuifolia, myosotis arvensis, myosotis versicolor, neslia paniculata, nigella arvensis, orlyza grandiflora, oxalis corniculata, oxalis stricta, panicum maximum, panicum virgatum, papaver argemone, papaver rhoeas, paspalum dilatatum, pennisetum clandestinum, phragmites communis, phleum pratense, plantago lanceolata, plantago media, poa annua, poa trivialis, polygonum convolvulus, polygonum lapathifolium, polygonum persicaria, portulaca oleracea, ranunculus arvensis, raphanus raphanistrum, reseda lutea, rhinanthus alectorolophus,*

# A N T A N O V A

*rorippa silvestris, rotibollia esaltata, rumex acetosella, rumex crispus, rumex obtusifolius, scandia pecten veneris, scleranthus annuus, senecio vulgaris, senecio vernalis, setaria viridis, setaria verticillata, sherardia arvensis, silene dichotoma, silene gallica, sinapsis alba, sinapis arvensis, solanum luteum, solanum nigrum, sonchus arvensis, sonchus asper, sonchus oleraceus, sorghum halepense, spargula arvensis, spargularia rubra, spargularia segetalis, stachys annua, stachys arvensis, taraxacum officinale, tressalia nudicaulis, tucrium botrys, torilis arvensis, tribulus terrestris, trifolium arvensis, trifolium striatum, tussilago fanfara, urtica urens, valerianella carinata, valerianella dentata, valerianella locusta, valerianella ramosa, veronica agrestis, veronica arvensis, veronica hederaefolia, vicia villosa, vicia lutea, vicia sativa, viola tricolor, zygophyllum fabago.*

gioberto noro



# Green-Zone. L'immaginazione è tutto

**Green-Zone** è una camera aperta alla visione e aperta sul mondo. Una stanza, di chissà quale abitazione, privata delle due pareti frontali contrapposte, l'anteriore e la posteriore, per permettere a una vegetazione rigogliosa di incontrarsi con l'ospite desideroso di frequentare, con il solo sguardo, i volumi suggeriti dalle sue quattro mura residue. Gli alberi, gli arbusti e le erbe che vediamo potrebbero sembrare, allo stesso tempo, circoscritti o debordanti, addomesticati da una cornice artefatta o invadenti al punto di travalicare i grigi limiti della muratura. Tutta l'ambiguità tipica di ogni perimetro naturale o artificiale viene consegnato allo spettatore con una naturalezza che appare disarmante: è come se ci venisse detto che trovarsi da una parte o dall'altra di qualsiasi confine è solo uno stato provvisorio, una condizione esistenziale che la nostra immaginazione può fare propria spontaneamente o rifiutare con decisione.

In ogni caso, il verde è la misura dello spazio che la natura ha riconquistato al cemento. Ma sarebbe meglio dire: i verdi. E neppure i verdi cari ai pittori come il verde permanente o il verde oliva o il verde smeraldo o il verde veronese ma, piuttosto, tutti quei verdi che possiamo pensare come qualità uniche e inconfondibili di specifiche erbe e arbusti. E dunque, se vogliamo essere precisi e concreti, il verde *valerianella rimosa*, il verde *amaranthus lividus*, il verde *euphorbia peplus* e quello *veronica arvensis*. Nomi che sanno di musica, prima che di scienza. Nomi composti, adatti a vivere più nei cataloghi e nelle tavole di botanica che in una pagina d'arte e di fotografia. Ma anche nomi dotati di una forza vitale primaria e che sono antichi proprio come quella lingua le cui parole in parte li costituisce determinandone l'immortalità.

È bello, e non irrealista, pensare che possano esistere tanti verdi, in sostanza un numero infinito, quante sono le specie vegetali. Ma è ancora più bello pensare alla luce che li crea: ai raggi che, penetrando tra le foglie, i tronchi semilegnosi, i pampini e i germogli trasformano una densa materia arborea apparentemente uniforme in un filtro visivo dalle maglie cangianti; una rete la cui fitta trama muta con il passare del giorno accendendosi in centinaia di tinte diverse dall'aspetto impalpabile e dalle molteplici trasparenze.

Fabrizio Parachini

Civilization Green Zone - Gioberto Noro



# CIVILIZATION Green-Zone

*è un'opera realizzata nel 2007, fa parte di una trilogia intitolata "Sguardi ad occidente". Questo lavoro si mette in relazione a quel tipo di pensiero occidentale che, per proteggere la mente dalle incursioni dell'irrazionale, ha eretto dei muri al proprio interno che hanno infine parzializzato lo sguardo sul mondo. L'incontro di vegetazione spontanea con quinte di cemento intende mostrare le peculiarità del paesaggio come teatro. Porsi in ascolto del soggetto, aspettarne pazientemente le risposte questo è il nostro metodo di lavoro. Il medium usato è la fotografia, vista sia come massima espressione del nichilismo e dell'alienazione dell'occidente che come possibilità di recupero della realtà fisica.*

*Gioberto Noro*

**Fabrizio Parachini** nasce a Novara e si laurea in medicina e chirurgia a Torino. Nel 1996 abbandona la professione medica per dedicarsi all'attività artistica come pittore e teorico collocandosi nell'ambito dell'arte non-oggettiva. La sua personale ricerca espressiva è volta alla definizione degli elementi "visuali essenziali" che possono fondare un'opera e a presentare un'idea di "spazio" come entità che il "vedente" può costruire nella propria mente, e vivere, facendo dialogare gli interventi e i lavori pittorici (trittici, dittici e unici di piccole dimensioni e prevalentemente monocromi) con le pareti e i luoghi che li accolgono (non lo spazio usato per "fare" l'opera ma un'idea di spazio "prodotta" dall'opera). Nel 2002 intraprende anche l'attività di curatore e di consulente artistico. Le mostre che realizza indagano sempre aspetti specifici del lavoro degli artisti e i testi redatti diventano altrettante ricerche per individuare un linguaggio che sia formalmente coerente con i temi affrontati (ha realizzato personali e scritto, tra gli altri, per Kengiro Azuma, Enrico Della Torre, Jorge Elson, Sandro De Alexandris, Carol Rama, Gilberto Zorio, Luigi Mainolfi, Rodolfo Aricò, Antonio Calderara, Mario Surbone, Marino Marini). Nel 2005 ha curato la mostra Il Filtro dell'immagine focalizzando e teorizzando l'idea conduttrice poi sviluppata nella grande mostra al PalaFuksas di Torino nel giugno 2007 (Sguardo consapevole) a cui ha partecipato come artista. È docente di "Teoria della percezione" e "Cromatologia".

**"GLI ECOSISTEMI  
VENGONO LETTI IN  
TERMINI DI CATENE  
ALIMENTARI."**

FRIJOF CAPRA  
LA SCIENZA DELLA VITA, RCS 2002



# Green, *in cucina un ritorno obbligato*

**Ugo Alciati**

Chef Ristorante Guido da Costigliole  
Pollenzo (CN)

Una stella Michelin

Tra i clienti del nostro ristorante c'è un signore americano che ogni anno si regala dieci giorni di vacanza a Pollenzo e per dieci sere viene a cena da noi. Per lui tralasciamo i menu di quei giorni e sera dopo sera gli serviamo tutte le nostre ricette. Di ogni piatto vuol conoscere gli ingredienti, il luogo di provenienza, il nome dell'azienda, del produttore, l'indirizzo. Durante il giorno va di persona a vedere dove e come nascono i prodotti che utilizziamo in

cucina e a conoscere le persone che li producono. E' un caso estremo di passione per il cibo e per la cucina italiana, ma è un bell'esempio di come chi fa il mio lavoro possa provare soddisfazione nel dare al cliente la possibilità di divertirsi a tavola. Ma il cliente americano può far riflettere su come può cambiare il modo di vivere il cibo e come questa nuova cultura possa fare del bene all'ambiente, all'economia e alla gente.



Rispetto a dieci, quindici anni fa, oggi i nostri clienti hanno sviluppato le loro capacità sensoriali, hanno fatto esperienza, sono preparati. Libri, stampa, tv hanno contribuito a far crescere quelle competenze utili a distinguere e a scegliere. Oggi si sta anche iniziando a capire che la cucina e i vini di qualità non sono necessariamente quelli cari.

Se vogliamo parlare di cambiamenti e di tendenze, di sicuro negli ultimi tempi chi va al ristorante non si diverte più a farsi maltrattare il palato. Gustare un filetto di rombo servito insieme a una Fisherman scaldata nel forno o vedere nel piatto una carota e sentire in bocca un altro sapore è un'esperienza, ma penso che la gente si stia un po' stancando di chi ha fatto della cucina un'arte molto complicata che spesso sconfinava nella chimica. Oggi le persone a tavola non vogliono più essere aggredite, preferiscono essere coccolate.

Nella nostra cucina la tendenza è la semplicità. La stagionalità dei prodotti, le tipicità locali, l'economicità del prodotto. Ciò che viene visto come novità è soprattutto un ritorno alle tradizioni.

In cucina si utilizzano prodotti che hanno fatto pochi chilometri, perché così siamo sicuri che non sono stati raccolti troppo presto, che non provengono da Paesi in cui non vi sono controlli, che non sono solo belli. Ottimizzare la scelta dei prodotti anche sotto l'aspetto economico e non sprecare le materie prime sono comportamenti che appartengono alla nostra tradizione e che oggi rappresentano un ritorno obbligato, un atto dovuto alla natura e ci aiuta a evitare uno spreco di energie non necessario.

Ma semplicità e tradizione non significano cucina banale. Ai clienti devi dare delle motivazioni.

La massima espressione della qualità nella nostra cucina la otteniamo grazie alla scelta maniacale delle materie prime e a una trasformazione che non snatura i prodotti.

Conoscere, scegliere, selezionare. Quando io compro venticinque peperoni non compro una cassetta di peperoni, ma venticinque peperoni. Così do ai clienti solo quello che sceglierei per me e inoltre sono certo che non butterò via niente.

Il cardo gobbo di Nizza Monferrato, uno dei presidi Slow Food, vado ad acquistarlo qualche chilometro più in là, a Incisa Scapaccino, perché so che lì trovo sempre il cardo gobbo come piace a me.

La seconda regola è trattare le materie prime il meglio possibile.

Il piatto migliore da noi ha al massimo quattro ingredienti, per non sovrapporre i gusti. Scegliere un capretto di Roccaverano e magari chiedere all'allevatore di alimentarlo in un certo modo per poi cucinarlo con ginepro, erbe e coprire del tutto il sapore della carne non ha senso.

Partendo da queste materie prime, il lavoro dello chef, cioè la trasformazione non deve snaturare i cibi. Anzi, per esaltare il gusto noi andiamo alla ricerca della cottura perfetta. Della gallina bianca di Saluzzo non cuocio tutte le carni insieme, perché se il petto è morbido, la coscia non sarà ben cotta. Allora ogni pezzo della gallina è cucinato a parte e quando arrivano in tavola petto e coscia sono entrambi morbidi.

Queste sono lezioni che ho imparato da mia nonna, quando avevo otto dieci anni e mi divertivo di più a stare nella cucina del ristorante invece che uscire a giocare, un modo di essere ristoratore che ho ereditato da mio padre Guido e che oggi con mia madre Lidia e i miei fratelli Andrea e Piero portiamo avanti al Relais San Maurizio a Santo Stefano Belbo e qui a Pollenzo, per il piacere di dare piacere ai nostri clienti.

Non vi ho parlato del mio gelato...!

# Eco\_compatibili a\_iniziare\_dalla \_CUCINA

**Alberto Scavolini**  
Amministratore Delegato Ernestomeda

Agire seguendo il principio dello sviluppo sostenibile vuol dire aver coscienza che i bisogni della generazione presente possono essere soddisfatti senza compromettere quelli delle generazioni future.

## *EMviroment: Ernestomeda per l'Ambiente*

Ernestomeda ha introdotto nei suoi processi di produzione straordinari cambiamenti, che ottimizzano la durata dei prodotti e assicurano un utilizzo responsabile e consapevole delle risorse del pianeta.

## *Il pannello più ecologico al mondo*

Dal 1° gennaio 2009 Ernestomeda ha scelto di utilizzare per le proprie cucine Idroleb, il Pannello Ecologico con la più bassa emissione di formaldeide al mondo, sostanza che può essere rilasciata in forma gassosa da alcune resine impiegate nella lavorazione del legno. Il Pannello Ecologico Idroleb garantisce valori di emissione massimi di 0,35 mg/litro su tutta la produzione, al di sotto del limite di 0,4 mg/litro previsto dallo standard giapponese F\*\*\*\* (il più severo al mondo), rientrando così nella categoria dei cosiddetti ULEF (Ultra Low Emission Formaldheeyde). Il pannello ecologico è un pannello truciolare realizzato al 100% con legno post-consumo certificato FSC (Forest Stewardship Council), attraverso un processo produttivo unico, in grado di creare una perfetta sinergia tra industria e ambiente.

## *Energia a Impatto Zero®*

Dalla stessa data Ernestomeda ha iniziato a utilizzare, per tutte le sue attività, ZeroE Planet, energia elettrica prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili a Impatto Zero® e certificata dal marchio RECS (Renewable Energy Certificate System). Il progetto, nato dalla partnership LifeGate-Edison Energia, prevede inoltre la compensazione di tutte le emissioni di CO<sub>2</sub> prodotte in ogni fase della produzione, dalla costruzione degli impianti alle forniture di energia elettrica spese nelle attività di vendita, con la creazione e la tutela di aree boschive in Italia, nel Parco del Ticino, e in Costa Rica, nella riserva "Karen Mogensen".

## *Certificazione UNI EN ISO 14001*

Nel 2004 Ernestomeda ha ottenuto la certificazione UNI EN ISO 14001, norma internazionale a carattere volontario certificata dall'organismo indipendente SGS, leader mondiale nei servizi di ispezione, verifica, analisi di beni, servizi e sistemi industriali. Ernestomeda è da sempre impegnata nel miglioramento dei processi aziendali e del loro impatto sull'ambiente. Sono costantemente controllati i consumi energetici, l'inquinamento acustico, le emissioni in atmosfera, la gestione dei rifiuti, i deflussi delle acque di scarico.

## *Abitudini ecocompatibili in cucina*

La cucina è lo spazio in cui si concentrano molte attività quotidiane, quindi anche il luogo di maggior dispendio energetico. Regolando con attenzione l'utilizzo di dispositivi elettrici e adottando comportamenti di razionalizzazione energetica, è possibile limitare gli effetti delle nostre azioni sull'ambiente, nonché la loro incidenza economica.

### *Energia elettrica*

Preferisci nell'acquisto elettrodomestici con alta efficienza energetica (es. classe A), potrai ottimizzare l'investimento iniziale grazie ai sostanziali risparmi energetici e quindi anche economici futuri.

Verifica che il piano cottura a gas sia regolato correttamente: la fiamma gialla indica un consumo eccessivo, mentre la fiamma che si stacca dallo spartifiamma indica che c'è troppa aria. Per le eventuali regolazioni rivolgiti sempre a personale specializzato.

Per riscaldare i cibi, preferisci il forno a microonde al forno tradizionale: non avendo bisogno di preriscaldamento, permette forti risparmi di energia.

Quando utilizzi i sistemi di riscaldamento e raffreddamento dell'aria regola i termostati in maniera proporzionale alla temperatura esterna. In questo modo risparmierai notevolmente sui costi, senza rinunciare al comfort della tua casa.

Per l'illuminazione della tua casa utilizza le moderne lampade ad alta efficienza energetica (fluorescenti o LED). Nonostante l'investimento iniziale sia leggermente più alto, ti porteranno un vantaggio economico nel lungo periodo.

Ricorda di spegnere il televisore (o altri apparecchi analoghi) con il pulsante principale: tali apparecchi continuano infatti a consumare energia anche in stand-by.

### *Acqua*

Verifica il buono stato dei rubinetti per evitare il verificarsi di perdite di acqua. Inoltre, se utilizzi il rubinetto con il frangi flutto e lo sostituisci periodicamente, potrai ridurre notevolmente i consumi.

Utilizza lavastoviglie e lavatrice solo a pieno carico, in questo modo si ridurranno inutili consumi di acqua e di energia.

Non superare mai il dosaggio dei detersivi consigliato dalle case produttrici e controlla la qualità del detergente in base alla durezza dell'acqua.

### *Rifiuti*

Cerca di organizzare al meglio il sistema di raccolta differenziando ogni tipologia di rifiuto (ad esempio alluminio, carta, plastica, vetro, umido ecc.).

Compatta i rifiuti voluminosi (bottiglie, barattoli, scatole, lattine).

Quando ne hai la possibilità, scegli prodotti confezionati in imballaggi riciclati o facilmente riciclabili, come ad esempio quelli mono-materiale.

Se hai un giardino o un balcone, puoi utilizzare gli scarti organici e quelli verdi per fare del compost per i tuoi fiori.



## *Al termine del ciclo di vita della propria cucina.*

Tutti i prodotti Ernestomeda sono progettati e realizzati per durare nel tempo. Aumentando il periodo di vita del prodotto, Ernestomeda diminuisce il consumo di materia e di energia necessari alla sua sostituzione, incentivando la cultura dello sviluppo sostenibile.

E quando viene il momento di sostituire la cucina, considera la possibilità di:

- riutilizzarla in modo totale o parziale, ad esempio in una seconda casa
- portarla ai mercatini dell'usato o regalarla a istituti di carità
- rivolgerti ai centri specializzati allo smaltimento presenti nella tua città

In quest'ultimo caso, l'ideale sarebbe dividere i vari componenti della cucina (legno, vetro, alluminio, acciaio, ecc.) e riciclarli attraverso la raccolta

differenziata, dando nuova vita ai suoi materiali senza sfruttare risorse primarie.

Particolare attenzione va inoltre riservata alle apparecchiature elettriche ed elettroniche (i cosiddetti RAEE), come ad esempio gli elettrodomestici, che vanno smaltiti nel modo corretto perché potrebbero contenere materiali dannosi per l'ambiente.

È in ogni caso sempre importante conoscere la legislazione specifica del proprio Paese e, per qualsiasi dubbio, rivolgersi agli enti preposti allo smaltimento e al recupero dei rifiuti.



# Cucinando S'impara



Ricette  
per un  
futuro  
più  
verde

**Angelo Ballarini**  
Ballarini Paolo & Figli Spa

La Ballarini di oggi è un'azienda che guarda all'innovazione a 360° e soprattutto elabora nuovi concept che superano il concetto di lifestyle guardando già all'healthstyle, ovvero a uno stile di vita attento alla salute e che intende anche il rispetto dell'ambiente e dell'ecosostenibilità. Da qui nascono le ultime collezioni evolute, come le serie BIO, QBe e Green House, realizzate con tecniche di lavorazione ad elevato grado di sicurezza per l'uomo e per l'ambiente.

Ballarini è da anni certificata in base al sistema di gestione ambientale UNI EN ISO 14001 e oggi Ballarini, giunta alla quinta generazione di imprenditori, con 120 anni di storia alle spalle si impegna nella creazione di valore coniugando competitività e sostenibilità, grazie ad una forte attenzione al sociale e ai nuovi progetti creati nel rispetto della salute e dell'ambiente.

Tra i contenuti green di Ballarini abbiamo Thermopoint, l'esclusivo dispositivo che aiuta a cucinare con la giusta temperatura di cottura e consente un sicuro risparmio energetico, abbiamo gli utensili in alluminio riciclato, una colorazione esterna a secco senza emissioni di solventi e sostanze volatili in atmosfera, la collezione Green Home dove ogni prodotto contribuisce alla riforestazione in Costa Rica, packaging realizzati in carta di canapa sativa di produzione italiana.

Offrire al mercato prodotti ecocompatibili è una necessità oltre che un dovere - afferma la famiglia Ballarini-. Per noi l'attenzione verso l'ambiente e la sicurezza sono spunti di lavoro che aprono prospettive strategiche per valorizzare il know how dell'azienda. Insomma, l'ecosostenibilità per Ballarini è un asset di innovazione.

Inoltre siamo convinti che pensare al futuro significa investire sui bambini.

Cucinando s'impara è un progetto di cultura alimentare realizzato da Ballarini in collaborazione con Andid per promuovere le linee base di una sana alimentazione e l'eco-sostenibilità ambientale. Seguendo il metodo didattico del "fare per imparare" si suggerisce ai bambini come mangiare meglio attraverso il divertimento in cucina. Ogni confezione, dedicata ad un tema specifico (pasta - sugo - uova - torte e biscotti), è corredata di una piccola pentola perfettamente funzionante, degli ingredienti necessari per realizzare gustosi piatti e di un poster con i consigli nutrizionali sottoforma di filastrocca insieme a semplici ricette.



# L'azienda Ballarini



La ditta Ballarini ha sempre legato i propri prodotti a progetti di comunicazione più ampi, volti alla valorizzazione della cultura del cibo nei suoi molteplici aspetti. Una linea dedicata esclusivamente ai bambini esigeva ancora più attenzione e soprattutto responsabilità: non bastava secondo noi semplicemente proporre miniature di pentole di qualità seguendo la classica logica di vendita, Cucinando s'impara doveva essere l'occasione

per affrontare i problemi dell'infanzia, primo fra tutti la crescente obesità infantile. Abbiamo subito capito che il raggiungimento di un obiettivo tanto ambizioso richiedeva competenze specifiche, per questo ci siamo rivolti ai dietisti di ANDID, specialisti nell'alimentazione in grado di conferire al progetto affidabilità attraverso un particolare rigore scientifico. Avere una finalità etica prima ancora che commerciale ha permesso di vincere la sfida di una collaborazione tra mondi diversi e troppo spesso rimasti paralleli: industria e salute. Da qui nasce anche l'impegno a tutelare l'ambiente in ogni fase della produzione dei componenti di Cucinando s'impara, l'eco-compatibilità è infatti in linea con l'intento di migliorare la qualità di vita dei più piccoli. L'entusiasmo dimostrato da coloro che hanno partecipato al progetto ci ha convinto una volta di più della validità della nostra scelta, perché investire sul futuro dei bambini è davvero l'unico vero guadagno per tutti.



## il linguaggio

Parlare ai bambini significa semplificare i contenuti senza però banalizzarli, ecco perché si è pensato alla filastrocca: la rima diverte con il suo ritmo e facilita la memorizzazione dei concetti. Miss Pot, le persone coinvolte nella filiera e la figura del dietologo sono diventati i protagonisti di una storia animata da simpatiche illustrazioni che hanno lo scopo di rendere più familiari personaggi sentiti generalmente distanti dai piccoli.

# ANDID

Associazione Nazionale Dietisti

in collaborazione con



Associazione  
Nazionale  
Dietisti



Sulla efficacia degli interventi educativi rivolti in particolare alla popolazione scolastica convergono le linee guida dell'Ue e i risultati espressi dal gruppo di lavoro europeo nella Piattaforma su Dieta, attività fisica e salute 2008 (EU Platform on Diet, Physical Activity and Health 2008).

È provato infatti come siano proprio le conoscenze e le esperienze acquisite nei primi anni ad influenzare i comportamenti assunti poi nel resto della vita, perciò occorre offrire ai bambini un'informazione corretta ed espressa nei modi a loro più congeniali per essere assimilata, cioè attraverso il gioco e la sperimentazione.

L'ottenimento di risultati positivi è però spesso minato dal frenetico ritmo di vita e dall'influenza che, attraverso la pubblicità, hanno i media sulle scelte alimentari delle famiglie e dei ragazzi; per questo motivo è necessaria una collaborazione tra Amministrazioni pubbliche e sanitarie, Associazioni dei Consumatori, Settore industriale e società civile.

Cucinando s'impara dimostra che è possibile realizzare un'efficace sinergia tra mondo produttivo e professionisti della nutrizione se ci si pone lo stesso obiettivo: promuovere una sana alimentazione, nel rispetto della tradizione alimentare italiana, facendo sempre attenzione a favorire il mantenimento di un rapporto sereno con il cibo.

Tutelare la salute della popolazione è il fine di qualsiasi operatore sanitario, un dietista poi occupandosi dell'alimentazione in tutte le fasi della vita e in tutte le condizioni, sane o patologiche che siano, si trova a confrontarsi spesso anche con i problemi derivanti dall'applicazione dei consigli nutrizionali alla vita quotidiana e con la scarsa o errata informazione in materia.

La sfida più importante che siamo chiamati ad affrontare oggi è la crescente obesità e l'aumento delle malattie cardiovascolari nei paesi Occidentali, la strategia più efficace per contrastarla è ovviamente puntare sulla prevenzione.

# Come nasce l'idea

**Alessia Gorni Silvestrini**  
Ballarini Paolo & Figli Spa  
Marketing e comunicazione



Ecco la pentola che ha ispirato il progetto Cucinando s'impara, insomma la nonna di Miss Pot. Tutto nasce dai ricordi di quando ero bambina e come tutti cercavo di imitare la mamma in cucina.

La mia alleata era questa pentolina, piccola com'era sembrava fatta proprio apposta per me anche se in realtà era una sorta di cimelio di famiglia: l'aveva

acquistata la mia bisnonna subito dopo la guerra per cucinare ciò che rimaneva in casa, perché allora nulla poteva andare sprecato. Ai miei occhi non c'era strumento migliore per cuocere i tortellini che impastavamo insieme io e la nonna, mi sembrava che solo così potessi sentirmi davvero la cuoca dei piatti portati in tavola a mio fratello e ai miei genitori e da loro accolti come veri manicaretti.

La mia Miss Pot poi era molto versatile, la usavo anche per andare a prendere il latte per Fufi, il mio cagnolino, nella cascina vicina a casa mia. Diventava indispensabile soprattutto la notte del 12 dicembre, quando aveva l'onore di contenere l'acqua per dissetare l'instancabile asinello di Santa Lucia. Incredibile ma vero quella pentolina era una Ballarini e oggi, opportunamente restaurata, ha un posto d'onore nella collezione storica dell'azienda. La mia passione di allora per la cucina è stato lo spunto per l'elaborazione di un più ampio progetto di cultura alimentare realizzatosi proprio con Cucinando s'impara.

La famiglia Ballarini, sempre attenta a fare della qualità il suo primo obiettivo, lo ha finanziato apprezzandone il messaggio. Per questo la ringrazio.



Narra un'antica fiaba africana che un giorno scoppiò nella foresta un grande incendio e tutti gli animali scapparono terrorizzati verso il fiume. Solo un colibrì volava in senso contrario verso il fuoco che stava divorando ogni cosa. Il leone, il re della foresta, gli chiese che cosa pensasse di fare.

E il piccolissimo uccello rispose che lavorava per spegnere l'incendio.

Il leone e gli altri animali risero perché fiamme così potenti non potevano essere spente da una goccia d'acqua.

**"Io faccio la mia parte"** fu la risposta del colibrì che raccolta un'altra goccia nel becco volò nuovamente verso il fuoco.

green  
spirit  
Electrolux  
fa la  
differenza  
ogni giorno

**Gianfranco Schiava**

Amministratore Delegato Electrolux Appliances divisione Italia



Electrolux è un leader globale nel settore degli elettrodomestici e delle apparecchiature per uso professionale, un'azienda focalizzata su prodotti innovativi dal design attento e accurato, sviluppati in base a una profonda comprensione delle esigenze dei consumatori e degli utenti professionali. Electrolux produce frigoriferi, lavastoviglie, lavabiancheria, aspirapolvere e cucine, con i marchi Electrolux, Rex Electrolux, AEG-Electrolux, Eureka e Frigidaire.

## Il rispetto ambientale è nel codice genetico di Electrolux

Molto prima che a Kyoto la comunità internazionale ufficializzasse la necessità di progettare un futuro in cui consumi, industria e ambiente trovassero un percorso di crescita sostenibile e prima che l'ambiente diventasse "una moda", Electrolux si impegnava nella ricerca di prodotti e processi produttivi in grado di offrire non solo migliori performance operative, ma anche di risparmiare energia, acqua e detersivo, minimizzando l'impatto ambientale.

Nel 1986 Electrolux lancia un progetto di analisi dell'impatto delle fabbriche e prevede la pubblicazione annuale di un rapporto ambientale per ogni stabilimento.

## L'approccio Electrolux allo sviluppo sostenibile

Un approccio integrato, che non dimentichi nessuna tappa della filiera ed ogni fase del ciclo di vita, dalla produzione al prodotto alla comunicazione, rappresenta la sola via da percorrere per ridurre al minimo il nostro impatto ambientale. E, a prova di un impegno reale in un mondo in cui parlare di ambiente è di moda, la garanzia di enti ed organismi indipendenti che sulla base di criteri oggettivi certifichino i risultati.

# La filiera verde



## Progettazione

Un elettrodomestico amico dell'ambiente deve essere in grado di garantire, durante il suo utilizzo domestico, consumi minimi di acqua, energia e detersivo. Ma per poter essere definito "ecologico doc", deve assicurare il minimo impatto ambientale durante tutto il suo ciclo di vita, dalla progettazione allo smaltimento. Gli elettrodomestici Electrolux vengono pensati e progettati in modo da utilizzare solo materiali eco-compatibili assemblati in modo da facilitarne lo smaltimento prima e il riciclaggio dopo. Particolare attenzione viene posta in fase di progetto anche all'imballaggio in modo da ridurre materiali e impatto ambientale.

## Produzione

Il 93% delle 52 fabbriche del Gruppo Electrolux, situate in tutto il mondo, ha ottenuto la certificazione ISO 14001, che attesta il rispetto delle più severe normative in materia ambientale e impegna le fabbriche a un processo di miglioramento continuo della qualità dei propri processi produttivi. In Italia, dal 1997 a oggi, Electrolux ha ridotto i consumi di acqua del 25% e quelli di energia del 30%. Entro il 2012, il Gruppo si impegna a ridurre in Europa di un ulteriore 15% i consumi di elettricità nelle proprie fabbriche.

## Trasporto

Anche la logistica è certificata ISO 14001 con un impegno di costante miglioramento del trasporto dei prodotti dai siti produttivi ai centri di distribuzione regionali. Per ridurre l'impatto ambientale, Electrolux privilegia, quanto più possibile, il trasporto su rotaia rispetto a quello su gomma, opera una rigida selezione dei fornitori (vengono scartati, per esempio, coloro che utilizzano camion con più di 10 anni di vita) e si impegna nella ricerca di continue ottimizzazioni dei carichi. Un importante riconoscimento per l'attività svolta è la segnalazione nell'ambito del "Premio all'innovazione amica dell'ambiente" di Legambiente per il progetto che ha permesso di ridurre del 30% i camion della rete logistica di Electrolux, a parità di elettrodomestici trasportati, pari a 2.000 mezzi in meno in partenza dagli stabilimenti italiani.

## Consumi in casa

Un grande impegno di innovazione e ricerca è dedicato allo sviluppo di prodotti a elevata efficienza energetica poiché oltre il 70% dell'impatto ambientale degli elettrodomestici è causato dal loro utilizzo. A un consumatore sempre più sensibile alle tematiche ambientali, Electrolux offre anche la possibilità di calcolare il risparmio legato alla sostituzione dei vecchi prodotti con modelli ad alta efficienza, attraverso il sistema ecosavings. Si tratta di una "calcolatrice online", basata su una ricerca effettuata in 660 città in 22 Paesi, che permette di calcolare il risparmio di acqua, energia elettrica, anidride carbonica e denaro sostituendo i vecchi elettrodomestici con apparecchiature nuove ed efficienti.

## Materiali

Una rigida politica nella scelta di materiali ecologici e non nocivi caratterizza da sempre l'attività del Gruppo. Alla direttiva Europea RoHS (Restriction of the use of certain Hazardous Substances), che proibisce l'uso di 6 materiali potenzialmente pericolosi (piombo, cadmio, mercurio, cromo esavalente e due ritardanti di fiamma polibromurati), Electrolux affianca la normativa interna RML (Restricted Material List), che amplia la lista di materiali soggetti a restrizione.

## Fornitori

Il Gruppo Electrolux utilizza una rete di fornitori composta da oltre 4000 aziende in ogni parte del mondo. Electrolux ha avviato un programma di monitoring e auditing dei propri fornitori, allo scopo di verificare che i loro comportamenti sociali e ambientali siano in linea con gli standard richiesti dal Gruppo, introducendo anche incentivi a comportamenti eco-sostenibili. Particolare attenzione è posta alle aree "low cost", meno regolamentate da un punto di vista normativo, come la Cina e l'America Latina.

## Smaltimento e riciclaggio

Electrolux è tra le aziende che si sono maggiormente impegnate per il riconoscimento della responsabilità del produttore nella gestione del "fine vita" dei propri elettrodomestici, ed è uno dei 4 fondatori di ERP (European Recycling Platform), la prima piattaforma europea per la gestione del riciclaggio dei rifiuti degli apparecchi elettrici ed elettronici, secondo quanto disciplinato dalla Direttiva WEEE (Waste of Electronic and Electrical Equipment). Tutti gli elettrodomestici Electrolux vengono realizzati con materiali e modalità che ne favoriscono il riciclaggio. I forni per esempio hanno un indice di riciclaggio che supera il 90%.

## Comunicazione

Da decenni, Electrolux si impegna in campagne di comunicazione tese a sensibilizzare l'opinione pubblica sulle tematiche ambientali e sulla necessità di porre maggior attenzione alla riduzione degli sprechi e all'ottimizzazione delle risorse. Dal concorso di disegno rivolto a bambini e ragazzi, organizzato in collaborazione con il WWF, a mostre e convegni su ecodesign e sostenibilità per il pubblico adulto, le iniziative sono numerose e delle più svariate. Electrolux pubblica ogni anno, dal 1995, il Bilancio di Sostenibilità, in cui presenta il proprio approccio allo sviluppo sostenibile, i risultati sociali e ambientali raggiunti e i nuovi traguardi a cui puntare.



Davide Dutto

# I se e i ma e il verde del cavolo

**Enrico Castellano**  
Presidente Cibeledizioni

Se come scrive Arreda.net citando Fritjof Capra, gli ecosistemi vengono letti in termini di catene alimentari, nell'insieme delle cucine di tutto il pianeta si concentrano le speranze per il nostro futuro.

Se Cibeledizioni è la cucina delle immagini, Cibeledizioni in qualche modo, bene o male, partecipa alla qualità della vita del pianeta.

Se il cibo è piacere, semplice o complesso, primitivo o colto, Cibeledizioni dovrebbe contribuire a far godere i propri lettori con fotografie sostenibili.

Ma quando è sostenibile una fotografia di food? Quando è stampata su carta riciclata? Quando guarda il cibo, guardando alla terra o all'acqua da cui nasce? Quando sceglie di fare ritratti a chef eticamente ineccepibili? Quando catechizza il lettore sottointendendo regole buone?

Ma come si fa? Ma che senso ha?

Allora, senza i se e senza i ma, si segue la pancia. Istinti, passioni, amori, voglie alla fine prevalgono. Così siamo convinti che quando le persone che lavorano a un progetto editoriale sono belle persone

allora il risultato del lavoro molto probabilmente è sostenibile. Ecco. Cibeledizioni inizia dalle persone, i libri sono le persone. Basta sfogliare **"Ibleide, uomini e olio"** di Davide Dutto, Lorenzo Piccione di Pianogrillo e Michele Marziani e subito dopo dare un'occhiata alle prime bozze del **"Libro del cavolo"** di Sigrid Verbert, per capire qualcosa in più. Basta leggere cosa scrivono e guardare cosa fotografano.

**Michele Marziani quando scrive dell'altopiano degli Iblei:** "...È terra benedetta da Dio, dagli dei, dove cresce un'oliva che è unica al mondo per piacevolezza: la Tonda Iblea. Qui l'olio è il paradigma del territorio, l'archetipo del buono. Il gioco tra l'antico e il moderno. Sì, perché è nella necessità del nutrirsi, del curarsi, del volersi bene, nel far fronte all'inverno e alla fame, la radice dell'occuparsi degli ulivi, siano aziendali o di casa. Qui non ci sono solo centinaia di piccoli o piccolissimi produttori d'olio, ma ogni abitazione e ogni famiglia, ha un albero dal quale raccogliere il proprio olio, esattamente come si fa con il maiale in Val Padana. "

**Lorenzo Piccione di Pianogrillo della sua terra:** "Turi era di scarpe bucate e culo lucido di stoffa lisa, abbracciato agli ulivi come un marinaio alle scotte."



Sigrid Verbert

Per questo venne un giorno in cui strappai le mie braghette di velluto, perché somigliassero a quelle di Turi, gettai le scarpe, infilai due mandorle in tasca e gli corsi dietro sopra gli olivi... Mia madre a scuoter la testa. Ma Turi sorrise. Così fummo amici di un'amicizia verticale e transitiva come il tempo che ne venne per crescere assieme, appesi ad un ramo o ad una stella piovuta da cieli africani,..."

**Sigrid Verbert di se stessa sul blog [cavolettodibruxelles.it](http://cavolettodibruxelles.it):** "sono belga, ho 29 30 (uffah) 31 anni, sono bilancina (e si nota, sempre a esitare fra una cosa e l'altra...) e sarei, nell'ordine cronologico, fiamminga, poi francofona e infine italiana d'adozione (beh, eh...), tra i miei errori d'infanzia c'è da segnalare una laurea in lettere, un baccalaureato in filosofia e un master (molto meno serio quello lì) in comunicazione enogastronomica. Ho sempre voluto scrivere (quando dico sempre intendo 'fin da quando ricordo', ché prima di sei anni non ricordo cosa volessi fare da grande, boh, forse pompiere... :-), l'ho fatto in belgio prima su delle riviste letterarie poi su dei giornali, dopodiché sono emigrata a roma (da quasi cinque anni ormai - posso dire 'per motivi familiari'? ecco...), e poco a poco, al sordo desiderio di raccontare si è aggiunta la fissa della gastronomia. Ora, dopo aver lavorato per due anni al Gambero Rosso, sono una fotografa indipendente, e 'racconto' prevalentemente con le mie fotografie (di cibo, mio o degli altri, di viaggio, ma legato alla gastronomia, ecc). Non ho ancora ben chiaro cosa vorrò fare da grande (spero di decidermi prima del mio sessantesimo compleanno), ma intanto osservo e racconto le cucine e chi ci vive, mi sfido ogni giorno con la macchina fotografica (mica facile, cavolo!), pasticcio per conto mio (ah, a volte da qui nascono anche dei libri), e ho la testa piena di idee

e desideri, insomma, per dirla con una parola grossa quanto insignificante, vivo di passione - e spero di poter continuare a farlo :-)"

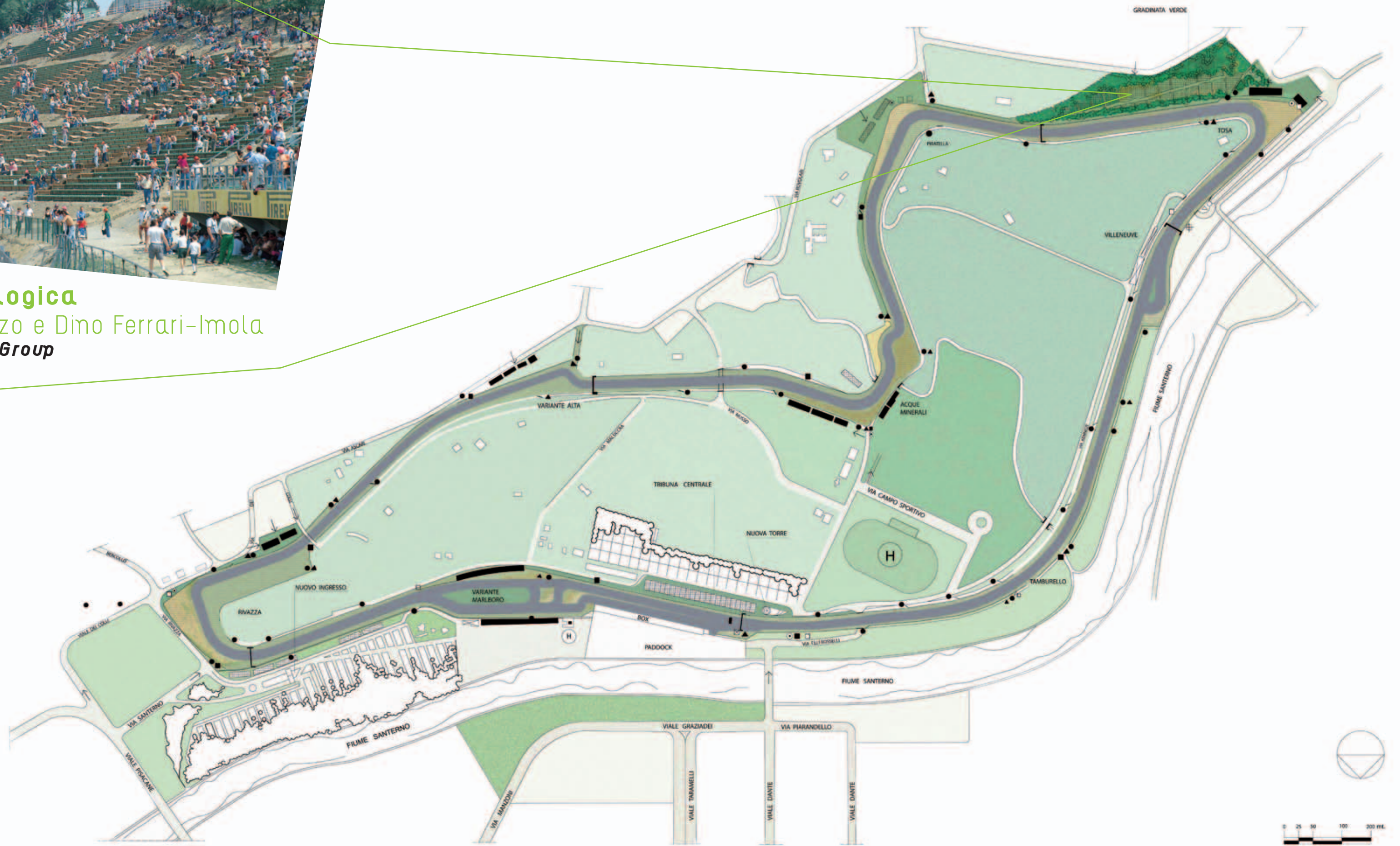
**Ancora Sigrid:** "Il *cavoletto di bruxelles* nasce nel marzo del 2005, in un periodo in cui lavoravo in un ministero romano, non avendo meglio da fare durante la pause di pranzo... (vi aspettavate nobili scopi, alte aspirazioni, eh beh no, io m'annoiavo, ecco!). L'idea di partenza era semplicemente di tenere un quaderno di ricette, il mio, per me e magari anche per chi di passaggio si fosse interessato, in modo da raccogliere le ricette fatte a casa, per tenerne traccia. Un tentativo di sostituire con qualcosa di pulito e ordinato il vecchio faldone pieno di ritagli macchiati e disordinati, ecco. Inutile dire che quel faldone esiste ancora, ma tre anni e qualcosa più in là, ci sono qui dentro 800 ricette, non so quante migliaia di comment, incontri, scoperte e molte altre belle cose. E ovviamente non mi sono affatto stancata di cucinare. Nel mentre mi sono scoperta un serissimo rapporto di amore/odio con la fotografia e, all'interno del ventaglio dei possibili gastronomici, una 'vocazione' ricettistica (se qualcuno me l'avesse detto prima, gli avrei riso in faccia, giuro). Comunque sia, il cavoletto è e rimane il mio personalissimo terreno di gioco, il luogo dove racconto liberamente umori, prove e divertimenti. Le ricette che trovate qui sono la mia cucina di casa, i miei luoghi e sapori del cuore, criticabili e parziali e con tutti i limiti e i difetti di una cosa che è chiaramente più un diario personale che una testata giornalistica..."

Nelle pagine a fianco al testo un assaggio di come fotografano Sigrid e Davide.





**Tribuna Ecologica**  
Autodromo Enzo e Dino Ferrari-Imola  
*Frigerio Design Group*





# Slow Architecture

## Naturalmente progressivi

Frigerio Design Group

Nel 2005 esce in libreria, edita da Skira, la monografia **“Slow Architecture for Living”**, manifesto del Frigerio Design Group.

Nel 2006 prende il via la mostra itinerante **“Frigerio Design Group - A Journey in Slow Architecture”** (catalogo Mandragora) già esposta al Sesv della Facoltà di Architettura di Firenze, all'Accademia Ligustica di Genova, al Politecnico di Milano, al Castello Estense di Ferrara, al Politecnico di Torino, alla galleria EXPA di Palermo, all'ARCA Arte di Vercelli, alla Royal Danish Academy di Copenhagen e all'Architectureweek 2008 di Praga.

Sempre nel 2008 Frigerio Design Group è invitato ad esporre suoi progetti al **“London Festival Of Architecture 2008”** nell'ambito di **“Sustainable Italy Contemporary Ecologies”**.

Frigerio Design Group, studio di architettura interdisciplinare guidato da Enrico Frigerio, considera il progetto di architettura come punto d'incontro tra vari temi: il rapporto con la natura, la storia, la tecnica costruttiva e le esigenze del committente.

Tale incontro genera la Slow architecture, un'architettura progressiva che vive nel tempo e trae dal contesto in cui si inserisce le risorse per la sua definizione. Architettura da vivere nella qualità totale, sostenibile energeticamente, socialmente ed economicamente. Con carattere progressivo: l'architettura inizia a vivere nel momento in cui la

costruzione è finita, quando entra in uso.

L'ambiente dovrà essere scrutato e compreso. Ogni risorsa andrà utilizzata per ottenere il massimo col minimo, avvistando le condizioni di sostenibilità reale. La natura rappresenta un modello insuperabile di sostenibilità, dove nulla è superfluo e tutto è ottimizzato.

Non c'è forma o immagine predefinita. L'architettura è il risultato di un processo di elaborazione di vari ingredienti. La Slow architecture è, per metodo, tempi e processi, al polo opposto della globalizzazione. La quale può sì contribuire al miglioramento della qualità, ma senza insidiare il sopravvivere delle culture nell'appiattimento d'ogni specificità. Non c'è innovazione che non debba aderire al sito, al vigore e rigore delle radici, alla ricchezza irripetibile del costruire qui e non altrove: lentamente, progressivamente, nel tempo.

Tra i progetti più significativi di Frigerio Design Group la tribuna ecologica dell'**Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola - Bologna** (1990-1992), il palazzo ad uso uffici per il gruppo RAS Assicurazione a Milano (1996-1998), la sede della Sambonet a Vercelli (2000-2004) e le centrali elettriche per il gruppo svizzero EGL (2002-2008). Tra i concorsi: il nuovo Museo del Cairo (2002-03), il premiato **progetto per l'OIC (Organization Islamic Conference) di Jeddah (2006)** e il Centro Internazionale di Conferenze della città di Madrid (2007).

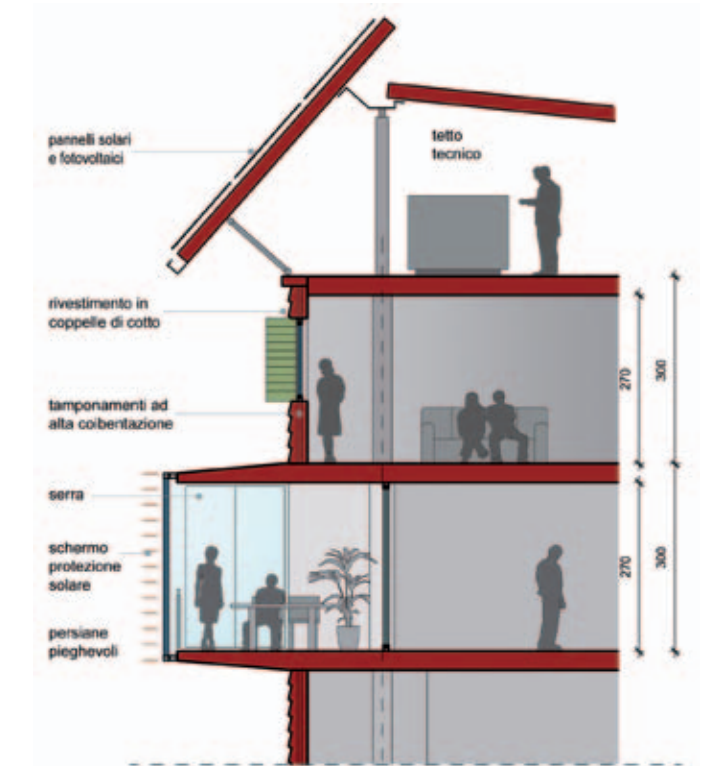
Area vecchio stabilimento Sanbonet: preparazione dell'area di cantiere.



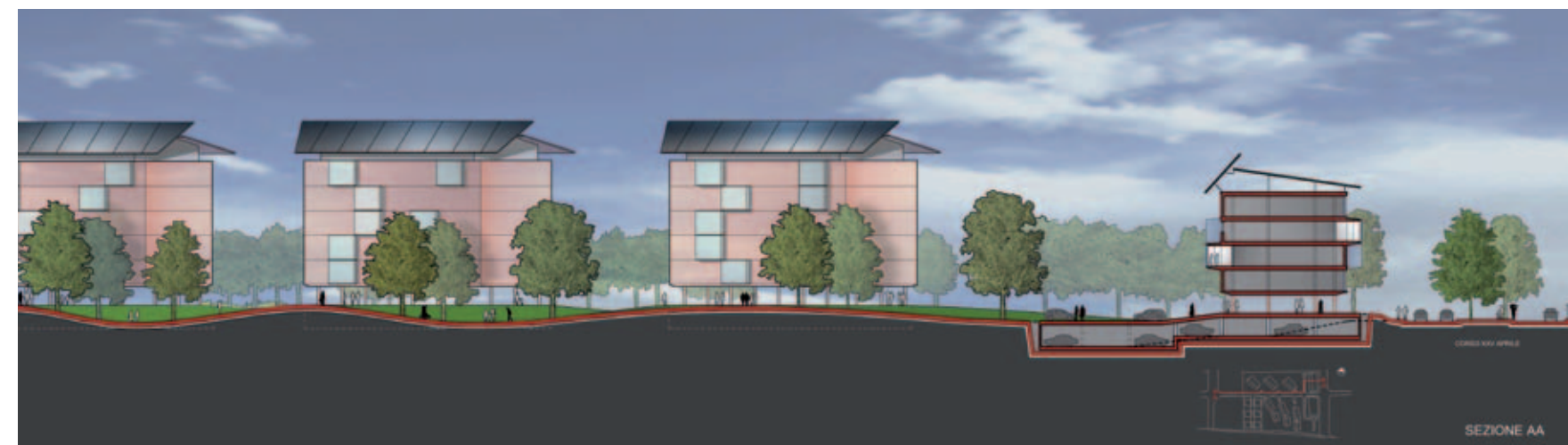
# Un progetto pilota nell'area occupata dal vecchio stabilimento Sanbonet.

Più di metà sarà parco. Nasce così, a Vercelli, un quartiere residenziale, tra un bosco di sempreverdi che ripara dal freddo a nord e piante caduche portatrici d'un microclima estivo. Gran regolatore il sole che orienta i volumi nel gioco di luce e ombra, alimenta pannelli solari e fotovoltaici, regala calore tramite loggiati-serra.

Non a caso logo del progetto è una foglia, simbolo della fotosintesi. Le architetture su pilotis hanno tetti tecnici con facciate finite da coppelle in cotto. Ogni dettaglio rinvia a un'impiantistica bioclimatica, con risparmio nell'uso e riuso dell'acqua e sistemi di riscaldamento centrale a basso consumo. Una sfida, nel nome della sostenibilità.



Un'architettura come la foglia, che reagisce alle condizioni climatiche locali, trasformandole in energia attiva.



## Arturo Dell'Acqua Bellavitis

Direttore del Dipartimento di Industrial Design delle Arti della Comunicazione e della Moda del Politecnico di Milano  
Vicepresidente della Triennale di Milano

Le tecnologie e le conoscenze odierne possono ridurre considerevolmente l'impatto umano nei confronti dell'ecosistema. È comunque improbabile che questi strumenti siano utilizzati pienamente sino a quando i servizi dell'ecosistema saranno percepiti come gratuiti e senza limitazioni.

Inoltre, malgrado la straordinaria velocità dei cambiamenti tecnologici a cui abbiamo assistito negli anni, dipendiamo molto più di quanto non ci si possa rendere conto dalla complessa rete biologica di cui siamo parte.

Per meglio rispondere alle esigenze di benessere negli spazi abitati, ad esempio, ed alle questioni imposte da uno sviluppo sostenibile, l'involucro architettonico deve essere inteso come insieme strutturato ed integrato di materiali, componenti e sistemi in continua interazione con fattori climatici e ambientali.

Grazie alla ricerca scientifica e ai suoi nuovi ritrovati, i progettisti possono migliorare la qualità e la quantità di illuminazione diretta all'interno degli spazi abitati e controllare la trasmissione di energia solare, utilizzando ad esempio sistemi passivi come i vetri a rivestimento selettivo e i materiali di isolamento trasparente oppure attivi come i sistemi di controllo intelligenti caratterizzati da proprietà selettive nei confronti delle differenti bande di lunghezza d'onda dello spettro solare.

Mentre la tradizione classica è imperniata sul pensiero statico dello spazio definito, l'architettura complessa e sostenibile del futuro vede il prevalere del pensiero del tempo e del mutamento. Il moderno futuro si basa sulla coscienza di un mondo che cambia, che evolve, che non si ferma mai e dunque non può fissare modelli ed è sempre in stato di ricerca.

Questa premessa serve a comprendere come il termine "sostenibilità" non costituisce un corollario della progettazione ma l'apertura al divenire e alla trasformazione.

LA  
CASA  
SAR  
GAR  
EEN  
O

Il termine "sostenibile" è tra quelli maggiormente utilizzati in questi ultimi anni ma nella realtà il progetto sostenibile non esiste, si tratta infatti di un modello ideale verso il quale dobbiamo tendere, un accumulatore di teorie, di prassi progettuali, di scelte tecnologiche.

L'architettura bio-climatica ha iniziato la sua diffusione a partire dagli anni Settanta e i suoi principi si basano sul massimo sfruttamento delle variabili ambientali tra le quali ci sono senza dubbio il sole e il vento; questo tipo di architettura non osserva e non si concentra solo sugli aspetti energetici, ma è tesa ad ottenere una qualità globale dell'abitare in armonia con l'ambiente sia interno che esterno all'edificio stesso.

Dicevamo che sole e vento rappresentano due varianti ambientali del nuovo modo di progettare: il sole come energia che si può trasformare e perfino conservare, ma anche come luce diretta, diffusa, riflessa e il vento come energia, da trasformare e da sfruttare.

Il problema della sostenibilità non è solo un problema di progettazione edilizia, ma un problema di rimodellazione del territorio perché lo sfruttamento delle risorse naturali implica una conformazione dell'assetto urbano.

La qualità non solo energetica, ma anche ambientale della nuova edilizia è una richiesta dagli stessi cittadini e i costruttori hanno un atteggiamento più aperto al cambiamento, ben consapevoli che la qualità globale può diventare elemento di competitività.

Nella concezione bioecologica dell'architettura l'edificio viene inteso come la nostra terza pelle; questo perché in quanto involucro, similmente alla pelle ed ai vestiti (prima e seconda pelle), deve permettere la traspirazione.

Da una parte deve cioè assolvere al compito di termoregolazione rispetto alla temperatura esterna, oltre a costituire un valido riparo agli agenti atmosferici, e dall'altra deve permettere, grazie ai materiali di cui è composto, un adeguato ricambio d'aria ed una buona autoregolazione dell'umidità.

Sia che ci si appresti alla costruzione di un nuovo edificio, sia che si voglia riflettere sulle condizioni di un edificio già costruito ed abitato, vale la pena chiedersi se l'ambiente risulta o risulterà sano e favorevole al nostro benessere, se copia o se si discosta troppo dal modo di funzionare della nostra pelle.

Come individui e come società è fondamentale imparare a vivere senza sconvolgere ulteriormente i complessi cicli da cui dipende tutta la vita.

La città e gli edifici sono parte integrante di questi sistemi vitali e bisogna trovare il modo di progettarle ed adattare in modo tale che, pur utilizzando l'aria, l'acqua e l'energia nel modo più funzionale, diminuiscano il tasso d'inquinamento.

Dal momento che oggi si vive quasi esclusivamente in ambienti non naturali, in casa, sui mezzi di trasporto, negli uffici e nelle fabbriche, la nostra percezione sensoriale può essere inibita dall'illuminazione artificiale o da un'illuminazione naturale inadeguata, dall'aria viziata, dall'acqua stagnante e spesso inquinata.

Anche un'eccessiva uniformità dell'ambiente può portare agli stessi risultati. Un edificio dove tutte le stanze hanno la stessa temperatura, può generare noia ed apatia e rendere più sensibili anche alle minime variazioni. I campi elettromagnetici, la forte illuminazione delle luci artificiali o di finestre mal progettate, il rumore incessante, le stanze troppo asciutte e surriscaldate, i profumi artificiali, possono sovraccitare i sensi e creare tensione.

Fotografia: Paola Lamborizio



# G R E E N

## Giovanni Cagnazzo

Membro Direttivo Nazionale ANAB - Associazione Nazionale Architettura Bioecologica  
Presidente EIMO - Environment Monitoring Organization

Teorizzare oggi in materia di interni solo sotto il profilo di "tendenze", è da considerarsi alquanto riduttivo in rapporto all'enorme importanza che riveste ogni singolo elemento compositivo al raggiungimento di ormai imprescindibili standard qualitativi di comfort interno.

Significherebbe, al di là delle ovvie considerazioni sulla maggiore o minore rispondenza ai basilari aspetti funzionali, il costringere questo così complesso ed articolato ambito operativo / produttivo nella veste di superficiale "collezione", anziché di oggetti per vestire, di oggetti per abitare, priva di valori intrinseci se non estetici, e correlata alle sole variabili temporali delle momentanee successive correnti stilistiche.

Due brevi premesse su problematiche che meriterebbero ben più ampio spazio di trattazione, ma di cui anche solo pochi accenni ritengo basilari a comprensione di quale importanza abbia progressivamente assunto e ancor più assumerà in un prossimo futuro lo spazio adibito a contenitore della nostra esistenza.

La prima è che il termine "esistenza" è decisamente appropriato, in quanto, da ricerche statistiche di sicura attendibilità scientifica, sono risultati dati inerenti i sistemi di vita da cui emerge che il 95% circa dell'esistenza dell'"abitante tipo" urbano, ininfluente sono sesso età o condizione sociale, viene trascorsa in spazio costruito con ogni varietà di destinazione, abitazione, lavoro, studio, servizi, sport, svago, trasporti, e quant'altro.

Non è difficile condividere questa stima, basti pensare che, se anche trascorressimo 8 ore al giorno all'aria aperta per tutti i giorni dell'anno nessuno escluso, fatto piuttosto insolito per un abitante metropolitano, passeremmo all'aperto solo il 33% della nostra vita, il restante 66% in spazio costruito.

La seconda è la notizia fornita dall'agenzia europea istituita per lo studio e il monitoraggio del così definito "urban sprawl" (traducibile in "consumo urbano di territorio" anche se più precisamente e letteralmente il verbo inglese "to sprawl" viene tradotto in "adagiarsi disordinatamente sul suolo"), sulle proiezioni di sviluppo urbano, e non solo nei paesi europei più industrializzati, tali da far prevedere nei prossimi



anni un incremento esponenziale fino al 90% del numero dei residenti in area urbana. E per renderci personalmente conto della veridicità di tale asserzione, è sufficiente osservare come le nostre città abbiano in pochi anni occupato il territorio che le divideva dai più o meno piccoli comuni limitrofi, comprendendoli nel tessuto connettivo del proprio radiale sviluppo periferico.

Reputo sufficienti queste informazioni per stabilire che la qualità ambientale interna debba essere obiettivo primario di ogni intervento di costruzione di spazio destinato ad essere abitato.

Spazio vitale contenitore di esistenza, designato a essere disegnato, il bisticcio di parole è voluto, oltre che realizzato, con compiti di spessore ben diverso da quello sempre più usuale di scenografia dedicata alle gallerie di oggetti del desiderio, miraggi inseguiti e raggiunti, e infine esposti, drammaticamente anche a sé stessi oltre che agli altri come cura alle proprie insicurezze, a testimonianza della avvenuta conquista di uno status sociale di cui sentirsi, anche solo apparentemente appartenente.

E' la legge del consumo, l'effimero contorto meccanismo della creazione di un bisogno finalizzata alla produzione e commercializzazione di quel prodotto necessario alla soddisfazione del bisogno stesso.

Si genera in tal modo quella necessità compulsiva di possesso di spazio e di gadget dell'abitare, per cui potremmo modificare pilastri del pensiero quale "cogito ergo sum" in "rogito ergo sum" oppure trasformare lo scritto di Fromm "avere o essere" in "avere è essere".

La svolta significativa è un'etica del progetto cui corrisponda un'altrettanta etica dell'oggetto.

E' necessario modificare sostanzialmente sia l'approccio all'iter progettuale degli interni sia la rispondenza qualitativa cui deve necessariamente far fronte l'iter realizzativo.

L'affrontare discipline insolite, e il bagaglio di conoscenze e informazioni scientifiche contenuto in esse, è sicuramente un cambiamento di rotta perseguibile per la progettazione e la realizzazione di interni con standard qualitativi adatti ad un reale e non effimero comfort psicofisico dell'utente finale.

# I N S I D E

L'ambito di ricerca attualmente più avanzato viene genericamente identificato con la sigla "IEQ" (indoor environment quality ) o qualità dell'ambiente interno. La definizione sicuramente non esprime appieno la vastità dei campi operativi in oggetto: fanno parte fondamentale di questo sistema integrato multidisciplinare le scienze del territorio, bioedilizia, bioarchitettura, bioclimatica, acustica, illuminotecnica, colore, ergonomia e prossemica, antropologia, sociologia, neurofisiologia e psicologia dell'abitare.

Per fare una breve carrellata non solo sulle possibilità di impiego ma sulle valenze applicative di queste discipline:

## scienze del territorio

l'insieme di tutte le conoscenze, dalle contemporanee a quelle del passato, feng shui incluso, che permettono di comporre un completo data-base di tutte le caratteristiche naturali del luogo di insediamento, al fine di sfruttarne o ridurne gli aspetti più o meno positivi: un manufatto architettonico correttamente inserito nel suo intorno naturale ha già risolto in fase di start up gran parte dei quesiti del progetto del comfort interno, illuminazione naturale e integrazione artificiale, riscaldamento invernale e raffrescamento estivo, risparmio energetico, microclima, ecc.

## acustica

non solo intesa come astrazione totale dall'intorno, ma come attenta distinzione tra rumore e suono, tra il fastidioso riscontro di attività urbane e il panorama sonoro circostante, comprensivo di tutti quei segnali uditivi che ci permettono di percepire un senso di coesistenza in un ambito naturale. Con tale visione preferiamo sottotitolare questa disciplina con il termine "sound design".

## bioarchitettura e bioedilizia

nello specifico ambito costruttivo e delle tecniche e tecnologie realizzative, hanno sancito la necessità di impiego di materiali bio eco compatibili, sostenibili e non emissivi, al fine di generare una filiera produttiva ed applicativa attenta non solo all'ambiente esterno, ma soprattutto a quello interno; linee guida, con indicazione delle inderogabili attenzioni necessarie alla produzione e fruizione di elementi costruttivi e di arredo atti alla certificazione ambientale interna, sono in uso già da diverso tempo e condivise da un numero sempre crescente di consapevoli progettisti e designers di interni. Innumerevoli materiali compositivi e di assemblaggio, dai collanti alle vernici di finitura, sono collateralmente da tempo oggetto di richiesta, da parte delle stesse aziende produttrici, di prove di laboratorio e di eco-label, secondo una molteplicità di sistemi di certificazione, italiani ed esteri, che ne garantiscono il rispetto dei requisiti qualitativi.

## bioclimatica

risparmio energetico e comfort climatico interno non si ottengono trascurando aspetti progettuali e costruttivi. Nella consolidata errata prassi abituale, ogni carenza dell'involucro edilizio veniva compensata e risolta da un più o meno complesso intervento impiantistico. Con l'uso di regole della bioclimatica, l'impiego di stratigrafie isolant estremamente performanti, di schermature solari naturali o artificiali, e con la possibilità di simulazione e di calcolo tramite software appositi, possiamo oggi progettare e realizzare involucri così efficienti da ridurre la parte impiantistica a semplice compendio e integrazione di quanto ottenuto naturalmente a garanzia di comfort interno ottimale.

## illuminotecnica

anch'essa rivisitata con una attenzione finalizzata non solo al raggiungimento numerico di lumen o lux prefissati e necessari, ma a un effettivo comfort visivo, ottenuto con analisi dei compiti visivi, delle difformità luminose necessarie, delle zone d'ombra, dei contrasti di luminanza, delle tipologie di sorgente e di colore della luce da utilizzare. Siamo soliti denominare questa procedura, più complessa e completa dei normali standard di progettazione illuminotecnica, "progettazione delle ombre", e la riteniamo prassi inderogabile a garanzia di attenta esecuzione di qualsiasi progetto di "light design".

## colore

è per lo più preso in considerazione riduttivamente solo per le sue possibilità e valenze estetiche e deve riappropriarsi di quei significati che lo hanno reso protagonista nella storia dell'umanità.

## ergonomia e prossemica

conoscere e comprendere quali sono i meccanismi di interazione tra noi esseri umani e lo spazio circostante e tra uomo e uomo nello spazio abitato sono presupposti fondamentali alla definizione della misura ottimale sia di ogni ambito funzionale sia di ogni elemento in esso inserito. L'inquinamento spaziale è uno dei più difficili da percepire, se non in situazione macroscopica, ma è uno dei fattori di maggior disturbo ambientale interno. Non così evidente in situazione abitativa, è sufficiente sperimentare situazioni di utilizzo collettivo, ad esempio uffici o luoghi pubblici, in cui la misura non sia soddisfacente la destinazione funzionale prefissa, per avvertire in modo sempre più evidente lo stato di totale invivibilità del contenitore da parte nostra.

La consapevolezza di come, quanto e in che modo con le nostre scelte possiamo influire sul nostro benessere psicofisico è dunque fondamentale per la qualità della nostra vita, facendoci comprendere inoltre che la totalità di queste attenzioni non solo non è minimamente in contrasto con l'ottenimento dei risultati estetico architettonici desiderati, ma, ove questi vengano pienamente soddisfatti secondo le nostre attese, ci rendono interpreti di spazio abitato dalla nostre anime e non accessori inconsapevoli, nostro malgrado, necessari a giustificare l'esistenza di contenitori non adatti alla nostra esistenza.

Secondo me "la stupidità odierna è lo spreco della maggior parte delle proprie energie nella conquista di quegli oggetti che non hanno altro senso che il dimostrare agli altri di essere ciò che in realtà non si è".

**GREEN INSIDE** significa "interno verde" o "verde dentro" ? Due definizioni che non possono che coesistere, in quanto la capacità di costruirsi uno spazio vitale secondo natura è prerogativa di colui che vive internamente secondo natura.

## psicologia dell'abitare e neurofisiologia

ad ogni stimolo proveniente dall'esterno corrisponde neurofisiologicamente una reazione da parte del nostro sistema psicofisico. L'ambiente architettonico in cui siamo inseriti invia continuamente e senza interruzione una molteplicità di stimoli al nostro sistema percettivo, che reagisce quindi di conseguenza. Va da se che vivere, seppur in buona fede e inconsciamente, in un interno che sia trasmettitore costante di stimoli negativi, anche se apparentemente esteticamente appetibile, non solo non risolve gli obiettivi funzionali e di comfort di base, ma risulta nocivo e fonte di stress per il nostro benessere.

# colori

## Giovanni Cagnazzo

Membro Direttivo Nazionale ANAB - Associazione Nazionale Architettura Bioecologica  
Presidente EIMO - Environment Monitoring Organization

Tanto si è fatto negli ultimi tempi per il miglioramento degli standard qualitativi del manufatto architettonico, ossia del contenitore, ed è giunto il momento di soffermarsi sulla necessità di approfondimento del processo di utilizzo e di interazione con lo spazio costruito da parte dell'utente.

Lo spazio interno agisce sul soggetto con un costante e continuo invio di dati ed informazioni che vengono recepiti tramite i cinque sensi, che non agiscono singolarmente ma congiuntamente o, per meglio dire, in modalità di "sinestesia percettiva".

I ricettori sensoriali quindi elaborano in soluzione di continuità le informazioni ricevute e neuro fisiologicamente producono le reazioni agli stimoli ricevuti che determinano il nostro stato di salute psicofisica.

Non è più possibile considerare il contenitore come elemento neutro che architettonicamente non ha incidenza diretta sull'utente ma come un "data base" che può e deve necessariamente essere modificato in funzione delle possibilità reattive e percettive dell'utenza.

L'uso del colore, ad esempio, è oggi per lo più preso in considerazione riduttivamente

solo per le sue possibilità e valenze estetiche ed ha progressivamente perso quel vocabolario di significati e conoscenze che lo hanno reso simbolico protagonista nella storia dell'umanità.

Date per assunte le conoscenze scientifiche sulla fisica e sulla fisiologia del colore, sarebbe troppo presuntuoso pretendere in così breve spazio definire un metodo esatto e scientifico di uso del colore, quindi mi voglio limitare a cercare di definire la traccia di un possibile percorso metodologico da adottare nella composizione di quello che definisco un ambiente interno "cromaticamente corretto".

Il nostro punto di partenza è la consapevolezza che il colore è fisicamente una gamma di onde elettromagnetiche di lunghezze, definite spettro della luce visibile, comprese tra i raggi infrarossi e i raggi ultravioletti, che come questi, agisce fisiologicamente in modo evidente sul nostro sistema percettivo.

Si presuppone quindi la necessità di conoscere il significato che assume ogni ambito cromatico nell'azione di interazione con il sistema psicoperceptivo dell'essere umano e, definiti gli obiettivi funzionali del progetto, governarne l'applicazione in modo consapevole e attento.

Altrettanto interessante e utile è l'utilizzo, per la definizione cromatica delle caratteristiche ambientali ritenute necessarie e assunte come obiettivi funzionali realizzativi, di quello che Mahnke definisce profilo di polarità o "carta semantica differenziale".

Vengono definite, tramite una serie di alternative tipologiche, (variopinto / uniforme - simbolico / neutro - caldo / freddo, ecc.) le caratteristiche di comfort che dovrà avere lo spazio oggetto del progetto, da raggiungersi con l'uso ragionato del colore. Il sistema a obiettivi contrapposti non è da considerarsi come alternativa tra positivo e negativo, ma come positiva soluzione prescelta per la soddisfazione della funzione cui viene associata. Ad esempio, il volersi prefiggere una situazione percettiva "fredda" può essere motivata da una situazione climatica esterna molto calda oppure da una attività particolare svolta all'interno dell'ambiente, come una palestra ove l'attività fisica genera una necessità minore di

calore ambientale.

Allo stesso modo si procede per una ragionata scelta di minore o maggiore sensazione di accoglienza o comodità, ove si voglia differenziare la permanenza dell'utente in uno snack bar o fast food (a servizio rapido) rispetto a un ristorante slow food (a servizio tradizionale e di maggiore comfort), oppure in una sala attesa a breve o a lunga permanenza, in un ufficio rispetto a un soggiorno di casa.

Con il colore dunque possiamo accrescere o affievolire, esasperare o minimizzare quelle caratteristiche architettoniche che nella buona progettazione sono già oggetto di attenzione dal punto di vista formale e materico: la scelta ad esempio di una seduta rispetto ad un'altra, che tra loro hanno prerogative ergonomiche e di accoglienza diverse, che vestono aspetti materici diversi, più o meno percettivamente appetibili, è sicuramente anch'essa una sorta di uso inconsapevole di profilo di polarità.

Definiti gli obiettivi percettivi del progetto, e' fondamentale conoscere il significato che ogni colore assume nella composizione cromatica dell'ambiente.

In modo estremamente sintetico si può affermare che:

## bianco



ci offre senso di pulizia, è neutro, ma è freddo, asettico, indefinito e stanca la vista;

## giallo



è stimolante psichico per attività lavorative o di studio, è luminoso, allegro, caldo e stimola l'attenzione;

## arancione



stimola l'attività fisica, è socializzante, defaticante, caldo, accogliente ed anticlaustrofobico;

## rosso



è eccitante, attraente, sensuale, importante e stimolante dell'appetito;

## verde



è rilassante, calmante, naturale, rinfrescante e protettivo;

## blu



è calmante, profondo, introspettivo;

e via discorrendo per tutte le altre tinte, ove variazioni ulteriori di risultato si possono ottenere operando sulla saturazione e sulla luminosità del colore stesso.



Possiamo poi stabilire una delle possibili metodologie applicative, operando per:

## fondali cromatica

cioè utilizzando murature, setti e altri elementi costruttivi a disposizione come sfondi colorati per la sovrapposizione di elementi prevalentemente a ridotto impatto cromatico o totalmente neutri.

## integrazione cromatica

cioè utilizzando sia i fondali architettonici sia gli elementi in sovrapposizione per una restituzione cromatica a maggiore o minore bilanciamento armonico ed integrazione.

## esagerazione cromatica

metodologia che secondo me presenta la maggiore difficoltà applicativa del colore, in quanto necessita di equilibrati e calibrati interventi di assonanza o dissonanza cromatica di pigmentazione e/o di saturazione, è quella dell'integrazione la cui professione può a volte farci incappare in quello che personalmente definisco "caos cromatico". Nonostante l'uso di una definizione verosimilmente forte, non mi

## sovrapposizione cromatica

vale a dire utilizzando i fondali di cui sopra a ridotto impatto cromatico o totalmente neutri per la sovrapposizione di elementi colorati con maggiore o minore rilevanza cromatica.

## neutralità cromatica

ovvero optando per soluzioni di neutralizzazione cromatica dei fondi e degli elementi sovrapposti: minimalismo e ricerca di naturalità utilizzano spesso questa pratica che non va confusa con l'assenza di colore.

sento di giudicare negativamente un eventuale intervento di tal fatta nel caso l'effetto sia volutamente progettato e ricercato per finalità decorative o artistiche particolari: è implicito che sarà lo stesso risultato a stabilirne la riuscita o meno, e indubbiamente l'intervento non passerà inosservato e sarà creatore di sensazioni, immaginate e non previste.

Una grandissima importanza voglio dare poi alle differenze di impiego del colore in relazione alle destinazioni d'uso dei contenitori: privato e pubblico e all'interno dello stesso ambito pubblico, ove per pubblico non intendo la comune accezione di proprietà pubblica ma ove l'utenza è la collettività.

Nell'abitazione si vive soggettivamente o come microcosmo familiare il colore all'interno del contenitore e l'attenzione va riposta nella gestione cromatica differenziata tra spazi individuali e comuni, con la convinzione mia personale che l'abitazione debba essere un contenitore flessibile e in continuo "working progress" anche cromatico, per la soddisfazione non solo delle attese e dello stato in essere ma delle successive situazioni evolutive ed essenziali dei soggetti residenti. Nello spazio collettivo invece si applicano parametri di riferimento collettivo, vale a dire regole che trovano riscontro generale e non solo personale: è ad esempio assiomatica la considerazione che il rosso eccita, stimola, è attrattivo e genera attenzione, e questo nella quasi totalità dei casi, motivo che sta all'origine della scelta da sempre e universalmente dell'uso del rosso per le sedute di un qualsivoglia contenitore adibito a rappresentazione pubblica, cinema, teatro, sala conferenze, auditorium, ecc.) nel novero delle molteplici destinazioni di

utilizzo collettivo, distinguo come contenitori a codice rosso o ad alto rischio di inquinamento cromatico quelli ad alta permanenza lavorativa (uffici), ove abbiamo riscontrato necessità di colore da parte dell'utenza tramite indagini di valutazione post occupazionale o "POE" (post occupancy evaluation).

E' questa una pratica che secondo me dovrebbe essere obbligatoria sia a monte che a valle del percorso progettuale realizzativo di ogni manufatto architettonico destinato a divenire contenitore di utenza collettiva e che ne permetterebbe la certa soddisfazione non solo dei prefissati obiettivi e standard di IEQ (indoor environment quality) ma soprattutto delle attese e aspirazioni dell'utenza stessa. All'indagine oggettiva di rilevamento scientifico dei parametri di comfort termoclimatico, illuminotecnico, acustico, ergonomico, ecc. si aggiunge una valutazione soggettiva da parte dell'utenza per risposte a domande prestabilite.

Non è forse da tenere in considerazione come l'utente vive l'ambiente anche se la nostra presunzione progettuale ce lo fa considerare perfetto? Ebbene da questi test valutativi abbiamo riscontrato che l'impiegato comune del terziario ha necessità di colore, ponendolo tra i fondamentali elementi di miglioramento ed idealizzazione del proprio habitat lavorativo.

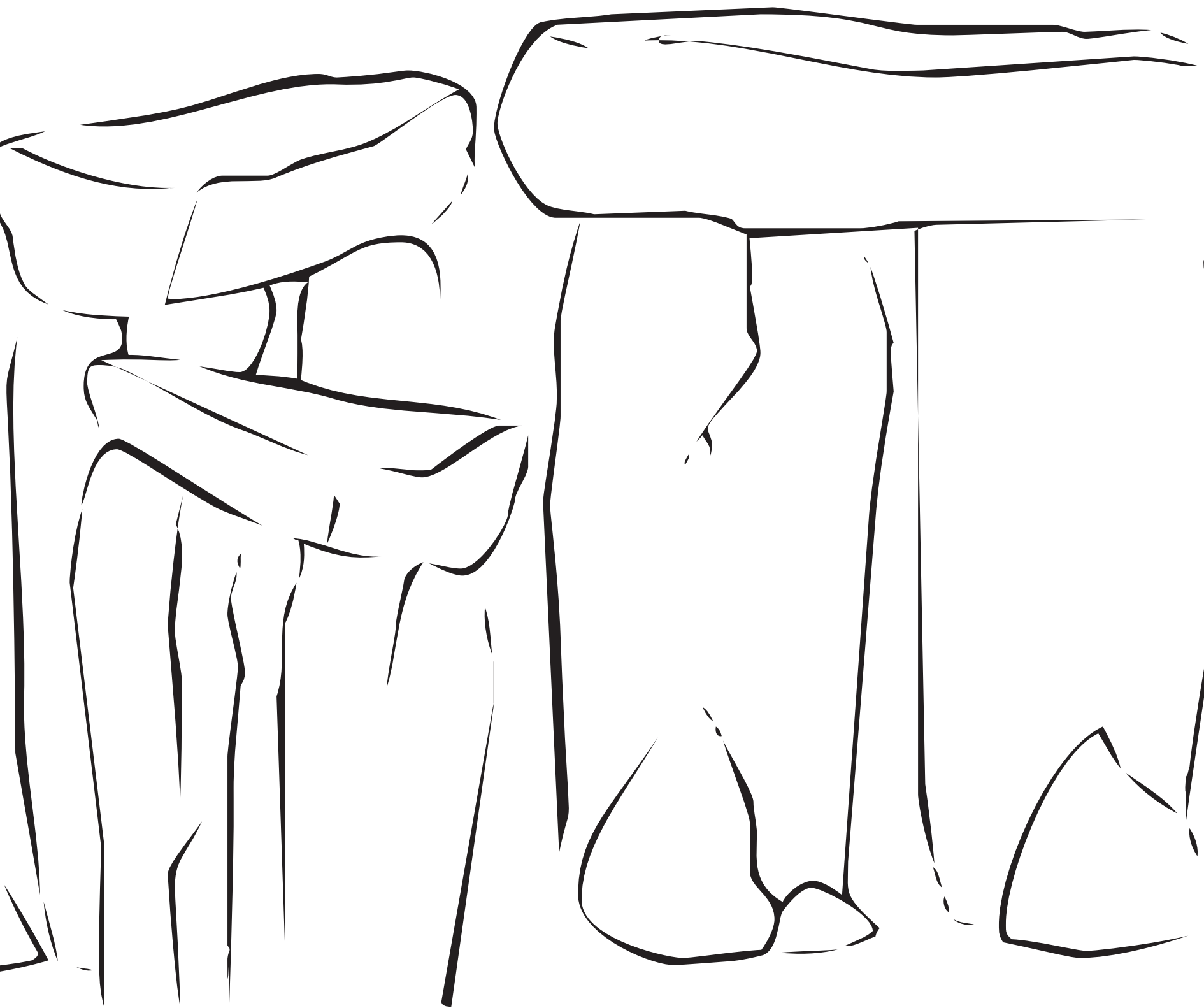
Che dire poi per quanto concerne i contenitori i cui utilizzatori sono soggetti con particolare sensibilità ambientale, quali bambini, giovani, anziani, infermi, (scuole, ricoveri, case di cura) e del loro per lo più costante ed universale inquinamento acromatico?

Con la definizione "inquinamento acromatico" intendo non solo la negativa condizione di uso improprio, inconsapevole o casuale, del colore, ma anche la ben più grave condizione di assenza di colore e/o di appiattimento cromatico.

L'uso del colore e l'applicazione di regole di "colour design" sono quindi pratiche fondamentali per la creazione di benessere ambientale interno, fine imprescindibile della realizzazione degli spazi abitati.

Sensibilità, coscienza e cultura sono le fondamenta di un consapevole e ragionato uso del colore.

Concludo doverosamente, per serietà professionale, sostenendo che questa mia esposizione vuole trasmettere alcune sommarie informazioni sull'uso del colore, e che, per fare architettura, e non semplice decorazione, è doveroso affrontare la trinità inscindibile, "forma - luce - colore", per cui i parametri di valutazione ed applicativi sono di altra entità e vastità e non riducibili ad una così breve trattazione.



# Per una teoria del DOP nelle PIETRE

“Il problema di **scegliere**,  
il problema di tutta la vita”,  
*Georges Perec (La vita, istruzioni per l'uso)*

**Franca Salato** - Stonehenge

Se è vero che ciò che ci definisce come esseri umani è la nostra capacità di scegliere, allora questa capacità è ciò su cui più di tutto vale la pena di riflettere” spiega il filosofo madrileno Fernando Savater. Perché oggi la parola chiave per ogni cosa è Scegliere.

La vita è una questione di *scelte*.

Cosa mangiamo, come ci vestiamo, dove abitiamo, di quali persone, animali, cose, colori e forme ci circondiamo.

L'ambiente in cui viviamo, gli stimoli che riceviamo dall'esterno, le architetture e gli oggetti che ci circondano e le esperienze che viviamo sono i testimonial della determinazione di ciò che siamo e dei valori in cui crediamo.

La nostra capacità di dare ampliamento a noi stessi si esplica attraverso l'espressione di ciò che siamo nelle decisioni fattive del quotidiano.

Emozioni, idee, paure, desideri, spiritualità, e tanti altri aspetti della nostra vita che ci caratterizzano - habitat compreso - dipendono dalle nostre complesse

elaborazioni di discernimento.

Qualunque sia l'approccio, a tutti coloro che vogliono confrontarsi con la complessità di questo percorso, il consiglio di Jorge Luis Borges è: *“quando trovi un bivio, prendilo”*. Ovvero, scegli.

In architettura, la scelta di una pietra ad esempio, è soggettiva e personale.

E' l'emozione che ci trasmette che ce la fa prediligere rispetto ad altre, esattamente come per un prodotto artistico o di design. E' *l'essenza intrinseca* che essa stessa trasmette ad una persona piuttosto che a un'altra. Ognuno ha la sua pietra, così come ognuno ha i suoi luoghi dove meglio stà e meglio si riconosce. Attraverso questo felice incastro nasce il benessere, lo *“star bene”*. E questo ha molto a che fare con la consapevolezza del buono, pulito e giusto che ormai è assioma nel mondo enogastronomico, ma non ancora una filosofia di vita applicata a tutti i settori del tessuto produttivo.

Ciò che ad esempio oggi ancora manca nell'ambito

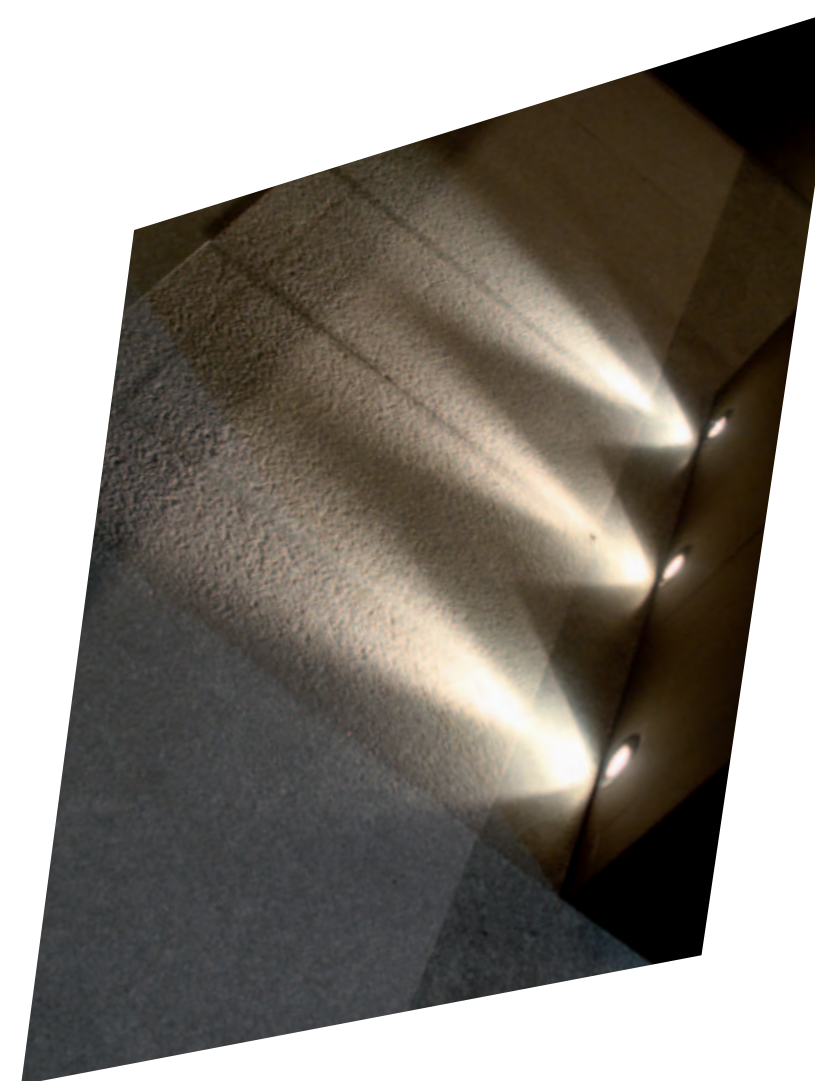
della materia prima impiegata nell'edilizia, urbanistica e arredo, è la dignità riconosciuta all'autenticità della pietra, alla sua storia, alla sua provenienza.

La pietra *non* è interscambiabile. La sua precisa identità ha attraversato miliardi di anni caratterizzando le scelte di epoche e culture diverse, *significandole*.

Il rispetto della sua natura, e dell'area da cui proviene è ancora ignorato. Non vi è consapevolezza negli operatori o nel cliente finale del fatto che scegliere una certa pietra - per un prodotto, un rivestimento, un'opera pubblica - vuol dire creare una connessione con la cava, e pertanto con il luogo d'origine dal quale è stata estratta. Esattamente come quando bevendo un Nobile di Montepulciano riportiamo a noi l'entità di una certa zona delle colline toscane, e estraiamo dall'inconscio collettivo il concetto del "Made in Italy". Ma a differenza del mondo vitivinicolo, che ha creato forme di tutela e garanzia d'origine per il consumatore, il mondo delle pietre, marmi e graniti "Made in Europe" è ancora lontano da uniformità in tal senso.

Come si può essere sicuri che ciò che si è scelto - attraverso un piccolo campione visto presso l'artigiano o marmista - corrisponda a ciò che poi giunge a mano dell'architetto, ingegnere o designer?

A questo interrogativo prova a rispondere la Stonehenge proponendo, quasi provocatoriamente, una DOP e DOCG nell'ambito della pietra ornamentale. Come? Il primo step è stato quello di registrare un Trade Mark del granito proveniente da cava spagnola denominato "Luz de Compostella", la cui struttura - chiusa e compatta, unita ad una granulometria fine, semplice e pura - è contraddistinta da una moltitudine



di mica muscovite che dona a questo particolare granito un luccichio che lo contraddistingue rendendolo luminoso.

Il secondo step è stato quello di rendere inconfondibile il marchio a rappresentanza di questa speciale tipologia di roccia, annettendolo filosoficamente ai valori condivisi dal "Cammino di Santiago", depositando un secondo marchio (omonimo al cammino stesso, noto in tutto il mondo) a indicare l'appartenenza di valori comuni come l'evoluzione della persona attraverso il rapporto tra la materia e lo spirito, tra la pietra e l'uomo, tra la luce e il suo significato più profondo.

Il terzo step è quello di garantire all'utente finale

l'autenticità del prodotto anche se distribuito attraverso terzi. Per la prima volta nel mondo minerario italiano nasce la volontà di creare una rete di tutela, ovvero una filiera garante di una certificazione che copra dall'estrazione, alla distribuzione, all'applicazione e alla trasformazione. Un metodo per risvegliare la coscienza degli imprenditori e operatori in questo campo, ma anche per educare il fruitore al suo diritto alla chiarezza e trasparenza su ciò di cui si circonda.

Un bene comune, che nobilita e suggerisce l'adesione collettiva e si augura di raggiungere vasto consenso e sostegno. Naturalmente il certificato di autenticità non va a sostituire ma completa la scheda tecnica del materiale, e guida al concetto di responsabilità che deve essere condiviso dal produttore e rivenditore oltre che dall'acquirente stesso.

La dignità dell'uomo è dunque essere co-creatore di un nuovo approccio alla vita che parte dalle piccole scelte di tutti i giorni, ma che va a tutela del futuro, in ogni campo di applicazione: dall'economia, alla finanza, all'impresa. La bontà e giustizia di questo percorso non sta nell'eseguire pedestremente un programma determinato dal cosiddetto "sistema sociale acquisito", ma nel re-inventarlo con gli altri, attraverso decisioni coerenti ai propri valori.

Come per il Cammino di Santiago, che più che un percorso chilometrico europeo è una vera e propria filosofia di vita.





**Massimiliano Fadin**

Responsabile Comunicazione Fresia Alluminio S.p.A.

L'impatto ambientale del comparto edilizio com'è noto è molto forte e consiste nelle emissioni di gas nocivi, nell'inquinamento e nel depauperamento delle risorse idriche e naturali utilizzate per la produzione di materiali e prodotti per l'edilizia, nell'erosione dei suoli interessati dall'insediamento dei fabbricati, nella produzione rilevante di scarti da costruzione e demolizione, tali gas nocivi sono valutati nell'ordine del 42,6 per cento del totale dei rifiuti.

**La finestra  
eco  
è in  
alluminio**  
risparmia energia  
e si ricicla al 100%

L'aspetto più rilevante risiede nel consumo dell'energia necessaria alla vita di esercizio degli edifici del settore residenziale e terziario, stimato a livello europeo nel 40 per cento dei consumi.

Generalmente l'uso finale dell'energia da fonti non rinnovabili consiste nel garantire condizioni di comfort termo igrometrico degli ambienti interni degli edifici, per i quali si ricorre al supporto impiantistico piuttosto che all'utilizzo di soluzioni tecnico-costruttive che collaborino al contenimento delle dispersioni termiche.

Questa considerazione acquisisce maggiore rilevanza analizzando il patrimonio edilizio esistente in Italia (circa 28 milioni di unità abitative) e le sue

prestazioni energetiche le quali non brillano di certo rispetto al contesto europeo.

Si registra infatti che più dell'80 per cento del patrimonio edilizio nazionale è stato costruito prima del 1981, anno nel quale sono stati avviati i primi standard energetici in edilizia, e quindi che almeno i 4/5 del patrimonio edilizio esistente richiederebbero interventi mirati di riqualificazione energetica, per raggiungere prestazioni energetiche ottimali.

Inoltre un rapporto ISTAT fa emergere un altro dato molto significativo e cioè che negli ultimi dieci anni circa il 40 per cento delle unità abitative non ha subito nessun tipo di intervento di restauro o risanamento.

Questo panorama così desolante produce in Italia un consumo medio per abitazione che varia dai 200 ai 250 Kwh/m<sup>2</sup> mentre secondo la normativa vigente dovrebbe essere intorno ai 160 Kwh/m<sup>2</sup>. Una casa in Germania invece mediamente consuma circa 70 Kwh/m<sup>2</sup> mentre le cosiddette case passive ne consumano 30 Kwh/m<sup>2</sup>.

Da questo quadro emerge la forte indicazione che la prima fonte di risparmio deriva dal fatto che si può e si deve consumare di meno attivando azioni di riqualificazione degli immobili esistenti oltre a costruirne di nuovi nel pieno rispetto delle normative vigenti.

La riqualificazione energetica sta diventando una priorità nazionale in un Paese come il nostro, in cui le norme seppur lodevoli nelle intenzioni rimangono inapplicabili per anni a causa della mancanza dei decreti attuativi e della mancanza di continuità di governo.

Tuttavia in questo panorama le detrazioni del 55% sulla riqualificazione energetica degli edifici si stanno dimostrando uno strumento efficace con un forte aumento di utilizzo del bonus fiscale.

Solo nel 2008 220 mila domande hanno prodotto un risparmio complessivo sul territorio nazionale del 1623GWh per importi di lavori pari a 2644M.

In questo tipo di interventi quello più utilizzato per circa il 70% dei casi è stata la sostituzione dei serramenti con nuovi sistemi a taglio termico dalle alte prestazioni energetiche.



Fresia Alluminio società leader nella progettazione e commercializzazione di sistemi per serramenti in alluminio, da oltre 4 anni sta investendo in ricerca e sviluppo, al fine di poter offrire al mercato dei progettisti, imprese di costruzioni e costruttori di serramenti, prodotti connotati da alte prestazioni energetiche abbinate a materiali ecologici e riciclabili.

L'evoluzione del serramento in alluminio a taglio termico è stata, negli ultimi anni, molto intensa, e ha portato questo elemento costruttivo a presentare prestazioni di trasmittanza termica molto importanti abbinate all'utilizzo di vetrate basso emissive.

Il ruolo che gioca il serramento per un edificio è fondamentale, infatti mediamente il serramento incide per il 26% della superficie disperdente ma è responsabile del 65% delle dispersioni per trasmissione. Installare quindi serramenti in alluminio di nuova concezione a taglio termico diventa oggi più che mai una scelta obbligata oltre che conveniente in quanto è stimato che sommando oltre alle detrazioni del 55% il risparmio dovuto al minor riscaldamento utilizzato si ottiene un ritorno dell'investimento medio di 8-10 anni. Ad oggi pochi interventi hanno un ritorno dell'investimento certo in un così breve arco temporale.

Inoltre va valutato che interventi di questo tipo permettono di raggiungere un obiettivo comune: rispettare l'ambiente, migliorare il confort della propria casa, e quindi il proprio benessere.

In Italia rispetto alla riduzione del 6,5% del livello di emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera rispondiamo con un aumento del 9,5% rispetto ai valori del 1990 e questo si traduce in debito di oltre 4 milioni di euro al giorno per tale sfioramento.

Mediamente un cittadino europeo immette in atmosfera 8 tonnellate di CO<sub>2</sub> attraverso le proprie attività, stime con fondamento scientifico quantificano la sostituzione di serramenti in grado di abbattere di 1 tonnellata queste emissioni, pari alla salvaguardia di un albero. Può sembrare un dato irrisorio ma se moltiplicato per il numero di interventi possibili nelle nostre abitazioni sicuramente potrebbe diventare una massa critica su cui poter agire da subito per la salvaguardia ambientale. Inoltre i serramenti in alluminio, oltre a presentare caratteristiche fisico-meccaniche e di durabilità molto elevate, possono

essere ottenuti, non solo dalla lavorazione della materia prima, ma anche dalla raccolta e riciclaggio di alluminio già utilizzato. L'alluminio riciclato ha infatti le stesse caratteristiche di quello derivante dalla lavorazione di materia prima.

L'Italia è il secondo produttore, dopo la Germania, di alluminio riciclato con una produzione che supera le 400.000 tonnellate ogni anno.

Inoltre è di fondamentale importanza ricordare che l'energia richiesta per produrre alluminio riciclato è circa trenta volte inferiore all'energia richiesta per la produzione da materia prima.

L'alluminio si può definire un materiale che può essere riutilizzato all'infinito per dare vita ogni volta a nuovi prodotti. Circa il 40% dell'alluminio attualmente circolante, proviene già da produzione di riciclo.

E' quindi certamente corretto definire l'alluminio come un materiale da costruzione ecologico, ed è altrettanto giusto definire il serramento in alluminio un serramento per la sostenibilità ambientale.

Se infatti l'alluminio è un materiale bio-compatibile per la sua riciclabilità al 95%, di conseguenza il serramento in metallo leggero vanta queste caratteristiche: moltissimi profilati sono ricavati da una seconda fusione di leghe di alluminio nobili provenienti dagli stessi serramenti o da altri processi industriali.

Attualmente esiste ancora più domanda di alluminio riciclato di quanto sia l'offerta attuale. Il decreto 203/03 "Acquisto di prodotti in materiale riciclato da parte degli uffici pubblici e delle società a prevalente capitale pubblico per una quota non inferiore al 30% del fabbisogno" ha aperto il dibattito sull'incentivo per l'uso di materiali riciclati in edilizia, che, speriamo, saranno sempre più utilizzati, in edifici sempre più efficienti e rispettosi dell'ambiente.

Fresia Alluminio è fermamente convinta che la strada intrapresa sia sicuramente la strada più corretta da percorrere, anche se richiede continui sforzi rivolti alla ricerca e all'innovazione di prodotto e di sistema, e sia l'unica in grado di salvaguardare le generazioni future e l'ambiente che ci circonda.

# Green City

Monica Mazzucco

Nulla si crea,  
nulla si distrugge,  
nulla si spreca e,  
qualcosa si può  
fare, per un futuro  
più sostenibile

La nuova città consuma meno spazio, spreca meno energia e inquina pochissimo. Stiamo parlando delle "green city", insediamenti compatti, sostenibili, organizzati e soprattutto post-automobilistici. Rappresentano una grande innovazione. Sono esattamente l'inverso della città che usiamo, di ciò che l'urbanistica ha dato per scontato negli ultimi 100 anni, e si basano su un nuovo modo, partecipato, equilibrato e attento all'ambiente, per sviluppare il territorio. Il concetto non è quello di smettere di costruire congelando il patrimonio esistente, ma è di cambiare il modello.

La città di vecchia scuola è come un grande "atomo" in cui ogni cosa gravita attorno ad un solo nucleo. Da qui si diramano tutte le vie-arterie che collegano le grandi piattaforme commerciali, le periferie, i grandi contenitori di funzioni pubbliche ecc. Come? Scarsi trasporti pubblici e grandi code di auto che nella migliore delle ipotesi sono euro 4 o 5. Il valore degli immobili è determinato dalla distanza dal centro e i nuovi sobborghi, che negli anni '70 sono stati caratterizzati dalla costruzione di grande stecche multipiano, grandi torri ed ogni esperimento possibile e immaginabile in cemento armato, si sviluppano ora sempre di più con edilizia bassa, rada ed estesa, sostituendo alla campagna larghi quartieri di piccole case con giardino.

La città è così estesa che ad un certo punto il confine non esiste più e il territorio si trasforma in un **continuum**, una quotidiana esperienza del brutto. *"Uscire dalla città, a piedi, è faticosissimo. T'investe la lava bollente del brutto, del rumore, strade sopra strade, tremendi ponti di ferro, treni, camion, tir, corsie con sbarramenti, impraticabili autostrade, un vero teatro di guerra."* (Guido Ceronetti).

Il vecchio modello si è dimostrato insostenibile per ragioni non solo estetiche, ma anche e soprattutto energetiche: nel film culto **"The end of Suburbia"** si mette in discussione il futuro dei grandi sobborghi americani e si dimostra che essi vivono solo grazie alla disponibilità di petrolio a basso prezzo. Ma gli Stati Uniti ci stanno pensando e lo dimostra il **"New Deal"**, il piano per il rilancio dell'economia, dell'occupazione e degli investimenti in chiave ecologica lanciato da **Barack Obama** a gennaio 2009.

L'Italia non è esente dal problema. In una stima pubblicata da Fabio Casiroli (Politecnico di Milano) il rapporto tra edificato e campagna in 100 anni si è invertito. Se nel 1900 si poteva dire 10 a 90, con grande beneficio di tutti perché il secondo numero è la "campagna" - aria buona, permeabilità dei suoli, bassa densità abitativa ecc.- nel 2007 il rapporto è diventato 50 a 50 e così facendo nel 2050 vedremo la "città" a 75 e la campagna ridursi a 25.

La crisi della città diffusa, fondata sull'iper-mobilità e sulla segregazione delle funzioni commerciali, lavorative, abitative e ricreative, la crisi energetica e una nuova e crescente domanda di un ambiente urbano accogliente, ricco di identità, luogo di concreta costruzione di un futuro amichevole e responsabile, sono all'origine del **"New Urbanism"** o nuovo modello sostenibile di sviluppo del territorio.



Nuovi principi, linfa vitale per i designer urbani, alla base del progetto: il concetto di città monocentrica, estesa, energivora e dominata dalle auto è sostituito da un'idea nuova di **città multicentrica** pensata come un **sistema integrato** in cui tutte le parti collaborano e sono collegate, producono energia, abbattano le emissioni e garantiscono il giusto mix di funzioni per rendere i quartieri vivibili.

Il tema progettuale diventa molto più complesso, gli standard e le normative non bastano e i progettisti devono fare squadra con altre nuove figure perché la risposta non è banale. L'architetto si deve confrontare con il paesaggista, con l'esperto di reti ecologiche, con chi definisce le politiche pubbliche e attiva i processi partecipativi che coinvolgono i cittadini attivamente nella definizione dei progetti, con il tecnico della mobilità "dolce", della gestione dei rifiuti, del risparmio idrico, della logistica "sostenibile" ecc..

Quartieri e architetture sperimentano linguaggi, modalità e materiali del costruire sostenibile. La progettazione è influenzata dalla necessità di **gestire in modo integrato** i fabbisogni/risparmi di tutte le risorse (energia, acqua, rifiuti, trasporti), **di inventare sistemi che limitano il traffico e favoriscono la mobilità alternativa**, studiata per i mezzi pubblici, le biciclette e i pedoni, di **rafforzare e qualificare il verde** con le reti ecologiche urbane e i viali alberati, i tetti e le pareti verdi.

Nella nuova città non c'è parcheggio perché non ce n'è bisogno visto che la prima fermata di metropolitana o tram è a meno di 300 metri dalla porta di casa, oppure c'è il vicino - con cui si condivide già l'orto urbano, la spesa biologica e l'impianto ad energie alternative - al volante dell'auto del car pooling - rigorosamente elettrica - diretta verso il centro. Per i più dinamici ci sarà l'opzione bicicletta, perché i progettisti avranno pensato anche a chilometri di piste ciclabili sicure e lievemente ombreggiate da filari di alberi di mille colori.

Non è utopia, **esiste già! Tre casi da cui imparare.**

sams

**Samsø**, isola a impatto zero a due ore di traghetto da Copenhagen. Sostenibile al 100%. Non ci sono emissioni. 4.400 abitanti producono più energia di quella che consumano grazie al progetto visionario di *Soren Hermansen*. La sua storia personale è affascinante come quella della trasformazione dell'isola da cui è andato via a sedici anni e in cui è tornato dopo molte esperienze sulle energie rinnovabili fatte all'estero. All'inizio tutti erano scettici, ma non si è dato per vinto e, parlando di risparmio, cifre alla mano, ha convinto tutti a costruire un impianto di 10 pale eoliche, a installare 2.500 metri quadrati di pannelli solari e a sostituire le caldaie a olio combustibile con pompe di calore geotermiche, pannelli solari e stufe alimentate con segatura e pellet. La prossima sfida? Camion e auto a idrogeno, e questo sarebbe già molto..., generato dalle turbine eoliche, e questo è veramente il futuro!. *Soren Hermansen* dovrà lavorare in team con l'industria automobilistica per raggiungere il suo secondo obiettivo.



**BedZED**, Beddington Zero Energy Development, quartiere sostenibile a pochi chilometri a sud di Londra. Realizzato nel 2002! È il famoso progetto del pioniere *Bill Dunster*, che inizia a progettare cinque anni prima che ci sia un incarico, un compenso e un sito su cui costruire. L'intervento è stato realizzato dal promotore di edilizia sociale Peabody Trust in partnership con Arup. I fondi per il marketing del progetto sono arrivati dal WWF. Le case sono famosissime: tetti e pareti perfettamente isolati, ricircolo d'aria con i famosi camini a vento, pannelli fotovoltaici, recupero dell'acqua piovana, fitodepurazione delle acque reflue, minima movimentazione di materiali per la costruzione (entro i 55 chilometri), rigorosamente riciclati e certificati, banda larga e attenzione alla dimensione sociale. La comunità insediata a BedZED trova spazi di lavoro e di residenza, gestisce l'insediamento e si serve di un consorzio per l'organizzazione del car sharing. I trasporti pubblici permettono di spostarsi in tempi brevi e la bolletta è molto contenuta. Gli alloggi in affitto sono a prezzi convenzionati. In rete si legge "... ogni abitazione è dotata di giardino pensile (sky garden) e di serre che ampliano del 15% lo spazio aperto dei singoli appartamenti, creando un qualità della vita che i residenti non scambierebbero più per tornare nei quartieri convenzionali." Un'indagine sull'interesse suscitato dal quartiere ha messo in evidenza che per il 63% è importante lo stile di vita che si associa a BedZED, per altri l'integrazione di spazi verdi e la spazialità ottenuta nella distribuzione interna degli alloggi.

**Vauban**, quartiere, Università e Stadio nei pressi di Friburgo. La sua particolarità: è nato dal basso. *Alcuni abitanti di Friburgo nel 1993 hanno fondato un'associazione nota come "Forum Vauban", per organizzare il processo partecipato per progettare l'insediamento.* Il FORUM, costituito come associazione senza fine di lucro, ha 300 soci. Il concetto di quartiere socio-ecologico è nato proprio dal lavoro dei gruppi di cittadini coinvolti nel processo partecipato. Una prova delle parole di Italo Calvino "*Le città come i sogni sono costruite di desideri e di paure.*" Il desiderio oggi è vivere sostenibile e con un nuovo stile.

Anche in Italia qualcosa si muove. La progettazione partecipata e lo sviluppo sostenibile non sono proprio punti all'ordine del giorno di tutti i Consigli Comunali di piccole e grandi città, ma eventi, iniziative, piani e progetti cominciano a farsi strada anche qui, spazzando via smog e stress e valorizzando le vocazioni e identità dei luoghi e delle persone.

Una grande **mostra** internazionale si aprirà a **febbraio 2010** alla Triennale di Milano. 45 giorni per conoscere ciò che in Italia e nel mondo è già stato realizzato o è in corso d'opera per creare eco-sistemi urbani.

BedZED

Vauban





Piani e Progetti sostenibili  
arrivano anche nelle piccole  
città di provincia. A **Fossano**

**Avventura Urbana** ha progettato  
un piano di trasformazione di  
un'area dismessa - il Foro Boario - in  
chiave partecipata e di sostenibilità. Un  
farmer's market di prodotti a chilometri  
zero, il rilancio del Polo Agricolo, un buon  
mix funzionale, le piste ciclabili e l'area  
pedonale al centro del quartiere, l'edilizia  
progettata con criteri di sostenibilità ambientale  
e le energie alternative e la connessione forte con  
il Parco Fluviale. Lo stesso gruppo ha progettato una  
scuola elementare interamente in legno ad elevate  
prestazioni ambientali a Vinovo. Vedremo i risultati!

**Mario Cucinella**, con la ricerca "**Casa a 100k, a basso costo,  
a misura di desiderio, a basso impatto**" ha messo sulla carta

il desiderio di molti italiani... che vorrebbero un insediamento  
come questo nella loro città. L'idea è semplice quanto geniale e dalle  
invidiabili esperienze del nord Europa impara tutto:

*"Sono tre i presupposti - il primo di carattere economico, il secondo  
di carattere sociale e il terzo di tipo energetico - che danno vita  
al progetto **La Casa da 100k**, modello abitativo condominiale. Il  
tentativo di restituire una risposta a domande di economicità,  
riduzione di emissioni inquinanti e senso di piacere  
dell'abitazione. Una casa viva, colorata, che lascia spazio  
alle differenti identità e modalità di vivere, ma capace di  
produrre energia utilizzando ogni strategia passiva e  
attiva per rendere l'edificio una macchina bioclimatica.  
Una casa che si avvale di tutte le tecnologie  
disponibili per limitare i costi di costruzione senza  
compromettere la qualità.*

*Una casa a basso costo acquistabile grazie a  
un mutuo che può essere coperto in buona  
misura attraverso l'energia che è in grado  
di produrre."*

Aspettiamo  
di vedere  
un quartiere  
realizzato!



# L'orto di Michelle e la rivoluzione dei Giardini Urbani

**M**artedì 17 marzo 2009 i media internazionali hanno riportato la notizia che la First Lady americana **Michelle Obama** vuole far rinascere l'orto alla Casa Bianca.

Prima di lei **Eleanor Roosevelt**, moglie del **Presidente Franklin Delano Roosevelt** trasformò in orto una parte dei sette ettari di giardino della residenza presidenziale negli anni Quaranta, per invogliare gli

americani a fare altrettanto nelle proprie case per affrontare la crisi dovuta al conflitto mondiale. Paladina dei prodotti organici e sostenitrice degli orti comunitari che possono fornire frutta e verdura fresche in tutta la nazione, **Michelle** racconta le sue preferenze alimentari: "Desidero che i miei figli assaggino care vere, davvero dolci, al punto da pensare che siano delle caramelle, così saranno portati ad assaggiare diversi tipi di vegetali, freschi, saporiti e locali":

**Michelle** dà quindi il segnale di un cambio di direzione nella cultura alimentare ma anche un impegno per la protezione della terra, perché produrre frutta e verdura localmente significa migliaia e migliaia di trasporti su gomma che inquinano il pianeta.

Ecco che subito dopo al **Chelsea Flower Show** di Londra, la fiera orticola più celebre al mondo, tra aiuole di lavanda e trionfi di tulipani fanno la loro apparizione la zuccina tromboncino, l'aglio



elefante, il pomodoro ciliegino e lo spinacio perpetuo. Insospettabili ladies di tutte le età scoprono le virtù dell'orto domestico.

Sul web [windowfarms.org](http://windowfarms.org) insegna alle newyorkesi a usare vecchie bottiglie di plastica come vasi per un' aerea coltivazione di piante commestibili. **Britta Riley & Rebecca Bray**, creatrici di **Window Farms**, danno lezioni su YouTube e usano il Web 2.0 per promuovere l'agricoltura urbana.

**Milano** e **Torino** non sono da meno. Nel capoluogo lombardo si inaugura **Orticola**, mostra mercato dedicata a chi vuole diventare un perfetto ortolano. In vendita cestini in plastica con terriccio, già seminati, per fare le prime prove senza troppa fatica.

Il Comune di **Milano** ha indetto un bando per l'assegnazione di alcuni orti urbani inseriti nel contesto del **Parco delle Cave e del Bosco** in Città. Se si guardano i requisiti per entrare in graduatoria, è preferibile avere un'età piuttosto avanzata,

essere disoccupati ed entrate economiche non troppo alte. In ogni caso tutti ci possono provare.

Nella cintura torinese, a **Revigliasco** si sperimenta l'orto verticale: si creano giardini verticali come a Parigi. Muri verdi di piante da orto, a patto che frutta e verdura siano di piccole dimensioni. **Gianpaolo Ormezzano** ne scrive sulle pagine de La Stampa: "l'invenzione è di un francese, **Patrick Blanc**, che dall'inizio del 2008 sta facendo verde Parigi, muro dopo muro. A **Grugliasco** la **Reviwall di Secondino Lamparelli** significa trenta persone che lavorano a creare, riempire, seminare le tasche. L'esposizione in loco dei muri di verde commissionati, prenotati, sperimentati, offerti è sbalorditiva per assortimento. Il costo per ora è di 350 euro al metro quadrato, arrivano le prime ordinazioni. Se il muro diventa orto verticale, c'è ottima e veloce resa di prodotto alimentare." A Parigi **Gilles Clément**, classe 1943, nuovo guru del giardinaggio,

afferma: "bisogna cambiare subito atteggiamento nei confronti del pianeta prima che la bomba ecologica esploda del tutto".

Cultore del verde, **Clément** è anche artista, filosofo, scienziato, scrittore e insegnante all'**Ecole nationale du Paysage** di Versailles. Il suo nome è diventato noto ovunque quando ha rivoluzionato l'idea stessa di giardino e paesaggio. A Parigi **Gilles Clément** ha reinventato il verde pubblico del parco **André Citroën** e il giardino del museo del **Quay Branly**, a Lille il parco Matisse.

La fama di **Clément** si è diffusa anche insieme alla sua lotta contro il dominio degli OGM imposti dalle multinazionali, a favore del patrimonio biologico originari e delle biodiversità.

Una lotta che ha affidato ai suoi libri, tra cui **Il giardino in movimento** e **Manifesto del Terzo Paesaggio**, diventati veri e propri best-seller.

**Best** non è solo una parola inglese, è anche un acronimo per **Bello, Equo, Sostenibile; Up** è un'esortazione a muoversi, ad agire.

Best up, dunque, significa agire per la sostenibilità. Best Up è un circuito per la promozione dell'abitare sostenibile costituito da singoli professionisti, strutture di ricerca, luoghi civici, associazioni, scuole. Come si configura questo circuito? Quali i principali obiettivi?

Lo abbiamo chiesto a Clara Mantica e Giuliana Zoppis, ideatrici e coordinatrici del Circuito.

## Che cosa significa Best Up?

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).

## Quando e perché nasce Best Up?

L'idea di Best Up nasce a metà 2006: avevamo, come giornaliste, l'esigenza di ricevere e dare informazioni qualificate sull'abitare sostenibile e di valorizzare le migliori esperienze esistenti in questo campo, di solito poco visibili e poco comunicate. Il panorama, piuttosto sconcertante, ci ha deciso a provare a costruire un circuito che riunisse i soggetti attivi in questo campo. Abbiamo così cominciato a riflettere con persone amiche, già punto di riferimento nell'ambito

della sostenibilità - architetti, designer, giornalisti, esperti di comunicazione, docenti - a cominciare da Ezio Manzini, François Jégou e Anna Meroni che oggi sono membri del Comitato etico scientifico della nostra associazione. Insieme ci siamo posti la questione del che fare a partire dalla volontà di far circolare e incontrare le esperienze, le persone, le idee e di portare la tematica nelle sedi principali del design a partire dal Salone del Mobile. Infatti, al Salone 2007, Best Up si è presentata a stampa e pubblico con un'installazione alla Fabbrica del Vapore che voleva dire: ci siamo, siamo aperti, incontriamoci! Da allora a oggi siamo cresciuti in relazioni e contenuti.

*Bello*  
*Equo*  
*Sos-*  
*Tenibile*

**BEST UP**



# Comunicare la sostenibilità

**BEST UP**

Il Circuito per la promozione dell'abitare sostenibile.

Clara Mantica e Giuliana Zoppis



## Qual è la teoria su cui si appoggiano le vostre azioni?

La convinzione (provata) che il design, in quanto ponte fra risorse, produzione e consumo, può svolgere un ruolo determinante

per favorire il passaggio a una società sostenibile; affermando e diffondendo, attraverso prodotti e servizi - belli e godibili - modelli di benessere fondati sul rispetto delle persone e dell'ambiente. Abbiamo individuato la base del confronto nell'analisi del ciclo di vita (LCA) e nell'applicazione dell'LCD sigla di Life Cycle Design che vuol dire considerare fin dal progetto tutte le fasi del prodotto seguendo l'indicazione "dalla culla alla culla" che vuole dire che nulla

si spreca, tutto si trasforma per dare nuova vita e opportunità. Ciò che contraddistingue l'approccio sostenibile al prodotto di design, è la sua sistematicità; le qualità sostenibili non sono leggibili al primo sguardo (non esiste un'estetica della sostenibilità), vanno invece rapportate ai vari passaggi del "ciclo di vita", quello che comincia col reperimento delle materie prime per finire con la dismissione e/o il riuso. Questa modalità, trasversale

a ogni area merceologica, è di interesse comune a tutti gli attori del sistema-design e segna la differenza sostanziale fra il design di un prodotto e l'eco-design. Il design ha già dimostrato che si può lavorare insieme per fornire meccanismi di vita sostenibile, prodotti e servizi eco-compatibili. Siamo convinte che proprio il design sia al cuore del problema e della soluzione: più progettiamo in un'ottica sostenibile meno danneggiamo l'ambiente. Da qui nasce la campagna che rilanciamo ad ogni Salone "+ LCD - CO<sub>2</sub>" a che punto sei?". Chiediamo di prendere coscienza del problema e di cominciare ad affrontarlo.

Best Up è oggi, una "rete", sistema di relazioni più che mai attuale, chi ne fa parte e come funziona?

Riteniamo sia necessaria una svolta d'indagine e di comunicazione, che valorizzi gli aspetti della produzione e della ricerca in un'ottica sostenibile, coinvolgendo tutti i protagonisti

della filiera: imprenditori, designer, operatori del trade e della comunicazione fino agli acquirenti, a cui servono strumenti di scelta e di orientamento attendibili, rassicuranti e stimolanti. La costruzione del Circuito dell'abitare sostenibile, un database a cui si accede dal nostro sito, è uno dei nostri impegni prioritari: per valorizzare produttori, consorzi, designer, negozi, distributori, associazioni, centri di ricerca e istituti universitari che fanno della sostenibilità uno degli aspetti centrali del loro operato. E' un database, unico nel suo genere, che può diventare uno strumento prezioso per sviluppare il sistema del "made in Italy sostenibile" dalle realtà produttive e distributive a quelle istituzionali, di ricerca e formazione; ma anche un percorso di autovalutazione per designer e imprese e un patrimonio di esempi virtuosi a cui ispirarsi.

Come si accede al Circuito?

L'iscrizione è gratuita e presuppone la compilazione di un questionario che può essere integrato con un testo descrittivo e alcune immagini e

con la dichiarazione responsabile di volere raggiungere migliori risultati nel corso di un determinato periodo. Chi chiede l'iscrizione al Circuito autocertifica il proprio operato; la richiesta viene vagliata dal comitato etico-scientifico e dagli stessi partecipanti al Circuito in uno spirito di partecipazione e trasparenza.

"Praticare la sostenibilità" si legge nel vostro portale: cosa significa?

Vogliamo dire che non basta parlare di sostenibilità, bisogna soprattutto praticarla. Nella comunicazione e negli eventi che organizziamo, che devono essere utili e non effimeri, e soprattutto, nella trasparenza della struttura e dei comportamenti. Siamo un'associazione no profit con statuto, soci e comitato etico scientifico; abbiamo un conto corrente su Banca Etica e tutte le nostre transazioni avvengono per bonifico; non lucrano sulle nostre attività fornendo patenti o distintivi green; l'adesione al nostro Circuito è

gratuita e abbiamo addirittura cambiato la denominazione passando da “circuito dell’abitare sostenibile” a “circuito per la promozione dell’abitare sostenibile” per non dare alibi a chi volesse usare Best Up. Siamo sostenute economicamente da quote associative e ci finanziamo attraverso servizi come collaborazione ai giornali, ricerche, consulenze, organizzazione di eventi e mostre, pubblicazioni e libri. Non finiremo mai di ringraziare le aziende che ci hanno permesso di cominciare e quelle che ci permettono di continuare sostenendoci.

Le iniziative segnalate sul sito di Best Up sono davvero molte: mostre, incontri, didattica, concorsi. Quali le più significative in quest’ultimo anno?

Un breve elenco partendo dalla più recente: il workshop al Politecnico di Milano/Facoltà del Design “LCD (Life Cycle Design) - Responsabilità sociale e ambientale del design. Un nuovo simbolo per tutti.” che abbiamo svolto insieme a un gruppo di esperti e collaboratori di Best Up, i docenti e gli studenti. Obiettivo è stato quello di disegnare un simbolo che ancora non c’è, quello del Life Cycle Design connesso ai temi dell’equità e della responsabilità sociale. C’è poi la mostra itinerante FalacAsagiusta, che Best Up ha progettato e condotto con gli amici della Fiera del consumo critico (Falacosagiusta) e che nel 2009 andrà almeno in tre città italiane, Milano, Firenze, Bologna. La mostra riunisce in alcune “stanze virtuose” idee, prodotti e servizi selezionati per il basso impatto ambientale, per il risparmio energetico, per la valorizzazione del sapere artigiano e dell’autoproduzione, per l’utilizzo di materiali al 100% naturali o riciclati. E comunica al pubblico tutti questi contenuti in modo semplice, esauriente e curioso, invogliando le persone ad adottare comportamenti più sostenibili. Ci sono gli “Incontri sostenibili”: organizzati da Best Up col patrocinio dell’ADI, in

collaborazione con Design Library e Design-Italia che hanno creato un nuovo spazio di confronto e sinergia nell’ambito dell’abitare sostenibile. Siamo invitate spesso a parlare nelle università, in fondazioni e presso istituzioni territoriali. Collaboriamo come partner a iniziative come quelle sul “riuso” del Laboratorio Dagad, sull’“autoproduzione” del circuito di “Doc”, sul “recupero e riuso” degli allestimenti delle varie Biennali, sulla “valorizzazione del sapere femminile” con “A Mani libere” in Sicilia. Abbiamo rapporti interessanti anche a livello internazionale: non siamo milanesi!

Un auspicio per il nostro vivere sostenibile ... e per Best Up.

Crediamo sia importante potersi scambiare esperienze: la



sostenibilità parte dalla qualità delle relazioni umane. Per Best Up questo si potrà tradurre nel creare in più contesti momenti di confronto, di formazione, di cooperazione e scambio. Cominciando dal settore nel quale ci siamo proposte di comunicare la sostenibilità in quanto “rete”, dunque nell’ambito del design, dell’arredamento e dell’edilizia. Best Up si propone di contribuire alla divulgazione di un nuovo modo di apprendere, crescere, rinnovare processi, comportamenti e prodotti nell’ottica della “perfettibilità”: l’importante è cominciare!

Da qui a cinque anni cosa sperate e come vi immaginate?

Sono tempi di grande accelerazione e quindi è possibile sperare che nel 2014, a un anno dall’Expo di Milano che può essere una grande opportunità o una vera catastrofe, si sia creata una integrazione fra qualità

tecniche e qualità sociali della sostenibilità e ne sia emersa una visione del mondo a cui ci auguriamo aderiscano la società civile, i politici, i creativi, tutte e tutti. Una nuova intelligenza e nuove pratiche applicate all’economia, ai servizi, al disegno delle città e delle cose in funzione di un miglioramento diffuso delle condizioni di vita, di una più equilibrata redistribuzione delle risorse e della valorizzazione del bene comune. Noi speriamo di esserci e di lavorarci con allegria e soddisfazione insieme con tanta, tantissima gente.

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

# ESTERNA GREEN PER VENDERE INTERNA

**Giuseppe Bruno**  
Presidente di Arreda.net

Essere mercanti di mobili comporta stare tra l'industria che produce e le persone che acquistano e usano. Ruolo non facile, che richiede di avere ottime doti di comunicatori, istinto spiccato per capire al volo dove va il mercato, esperienza da vendere per poter selezionare i prodotti giusti e un orecchio fine per ascoltare i clienti (nell'evoluzione in atto "l'orecchio da mercante" è una caratteristica che porta all'estinzione del mercante stesso).

Ascoltare il cliente significa conoscere, imparare, capire. Prima ancora di ascoltare, osserviamo. Osserviamo le donne che mixano Zara e Louis Vuitton, osserviamo gli automobilisti che lasciano i SUV per usare mezzi più essenziali, osserviamo il popolo di Slow Food che impara a scegliere la qualità e a spendere meno rispettando ambiente e persone.

Ascoltare concentrati è indispensabile per poter dare ad ognuno la risposta che si

attende: personale e un poco oltre le aspettative, sapendo che ogni acquisto è un'esperienza che dà emozioni. E quando le emozioni danno piacere si tende a volerle ripetere.

L'industria del mobile è responsabile del 50% della bontà delle nostre risposte, l'altro 50% ce lo mettiamo noi. Innanzi tutto la progettazione: il design degli interni per fortuna è qualcosa che la grande distribuzione del mobile non può e non vuole offrire, tanto meno quando è votata al prezzo. Poi ci sono i servizi: finanziamenti, consegna, montaggio, assistenza post vendita. Il tutto condito con la capacità di saper accogliere e assistere.

Qui entrano l'esperienza e la capacità di selezionare i prodotti. Se proporre le grandi firme italiane è facile, nell'arredamento come nella moda, vendere mobili belli, prodotti in Italia e con prezzi sostenibili richiede un lungo e prezioso lavoro di ricerca, analisi e selezione.

Arreda.net firma con il proprio marchio una collezione privata di prodotti made in Italy selezionati con una attenzione specifica al rapporto tra estetica, qualità e prezzo. Una selezione fatta andando a conoscere di persona quelle piccole aziende del settore dell'arredamento che ancora in Italia si distinguono per una lavorazione curata com'era quella artigianale e in più sanno proporre un design attuale e accattivante.

A questo punto siamo come lo chef che ha acquistato un ottimo riso. Ma lo chef non vende il riso, vende il suo risotto, cioè la propria capacità di trasformare un'ottima materia prima in un piatto che sappia dare ai suoi clienti piacere e soddisfazione. Per chi vende arredamento questa è la capacità a trasformare i mobili in uno spazio da vivere, disegnato su misura per ogni cliente, in base alle esigenze, ai gusti personali, al carattere. Il colore delle pareti, la scelta dei complementi, la progettazione dell'illuminazione sono elementi che contribuiscono a fare di un arredamento un arredamento unico.

Oggi saper anticipare le tendenze dei comportamenti d'acquisto è importante per poter essere pronti e preparati

a dare le risposte che le persone si attendono. Per questo, anche con questo magazine, vogliamo capire come cambiano le persone e soprattutto come stanno cambiando per ciò che riguarda le scelte relative a casa e arredamento.

In questi mesi in cui tutti utilizzano la parola green come una sorta di chiave che ci aprirà le porte del futuro abbiamo sentito come un dovere il cercare di capire come potremo offrire una risposta all'esigenza di green nell'arredamento. Di sicuro lo potremo fare se saremo in grado di assicurare ai nostri clienti di essere sintonizzati con loro su questo tema. Di sicuro possiamo comunicare ai nostri clienti più sensibili l'impegno di Arreda.net a diffondere una cultura della casa più sostenibile. Ma potremmo fare di più. Potremmo iniziare a scegliere e quindi a vendere quelle aziende che producono mobili facendo attenzione a non creare problemi al sistema ecologico, a rispettare la salute delle persone, a rispettare chi lavora. Insomma, se si parla di green, Arreda.net lavora per essere parte della soluzione e non parte del problema.

ADI-DESIGN.ORG  
ANAB.IT  
ARREDA.NET  
AZUMAMAKOTO.COM  
BALLARINI.IT  
BESTUP.IT  
CASA100K.COM  
CAVOLETTODIBRUXELLES.IT  
CHILAB.POLITO.IT  
CIBELE.IT  
DAVIDEDUTTO.IT  
DESIGNLANGUAGES.IT  
DESIGN.POLIMI.IT  
ERNESTOMEDA.COM  
FRESIALLUMINIO.IT  
FRIGERIODESIGN.IT  
GILLES CLEMENT.COM  
GOINGGREENTODAY.COM  
GREENANDDESIGN.COM  
GREENBOOK2011.COM  
GREENSPIRIT.IT  
GUIDORISTORANTE.IT  
LATEMAR.POLITO.IT  
LUCIANOGALLINO.COM  
LUZDECOMPOSTELLA.COM  
MODERNDDESIGNINTERIOR.COM  
POLIMI.IT  
POLITO.IT  
SAMBONET.IT  
SIXPEOPLE.IT  
SLOWFOOD.IT  
STONEHENGE.TO.IT  
TANGODESIGN.IT  
TERRAMADRE2008.ORG  
TRUSTECH.IT  
UNITIKA.CO.JP/TERRAMAC/E/INDEX.HTML  
VITRA.COM  
WINDOWFARMS.ORG  
ZAAFDESIGN.COM



arreda.net

Ringrazia

ADI Associazione  
per il Disegno  
Industriale



CIBELE

Electrolux

ernestomeda

FRESIALLUMINIO®  
ECCELLENZA ENERGETICA

FRIGERIO DESIGN GROUP



Slow Food®



STONEHENGE  
RICERCA ESTRAZIONE DISTRIBUZIONE - MARMI PIETRE GRANITI

vitra.







Arreda.net un Marchio, una Rete di Aziende, una Collezione di Prodotti Selezionati

**IL GREENBOOK 2011**  
**E' STAMPATO SUCARTA X-PERFEDRIGONI,**  
**DIPURA CELLULOSA ECOLOGICA ECF**  
**(ELEMENTAL CHLORINE FREE)**  
**E CERTIFICATA FSC (FOREST STEWARDSHIP COUNCIL).**

ELEMENTAL  
CHLORINE  
**FREE**  
GUARANTEE



HEAVY METAL  
**FREE**  
ABSENCE  
CE 94/62





*arreda.net*

**Green Book 2011**

Progetto di comunicazione:  
**SIXPEOPLE.it**

Copertina:  
*Civilization Green Zone*  
Gioberto Noro

**www.arreda.net**