

# BRAVACASA

NOVEMBRE 2009 € 3,50 SOLO PER L'ITALIA

VENTICINQUE ANNI DI CASE,  
TENDENZE E IDEE PER ARREDARE

25

*progetto esclusivo*  
**NUOVI ECLETTISMI**

*tendenze*  
**IL LATO LIEVE  
DEL DESIGN**

**ELETTRODOMESTICI**  
CALDAIE E STUFE  
CHE FANNO RISPARMIARE

**RICICLO**  
FARE LA DIFFERENZA  
CONVIENE

**ENERGIA**  
RIVOLUZIONE LAMPADINE  
TARIFFA BIORARIA PER TUTTI



**ESEMPI  
CALIFORNIANI  
DI UN SOGNO  
SOSTENIBILE**

**ABITARE IN ITALIA  
A IMPATTO ZERO**

*Green home*

L'EVOLUZIONE DI UN BENESSERE  
DOMESTICO DIFFUSO

**IL GIARDINO, POSSIBILE  
E ECOCOMPATIBILE**

<http://atcasa.corriere.it/Bravacasa>

MENSILE DI ARREDAMENTO-ANNO XXXVI-N.11 2009-POSTE ITALIANE SPED. IN A.P.-D.L. 353/2003 CONV. L. 46/2004, ART. 1, C.1, DCB MILANO - AUSTRIA € 5,50 CANADA CAD 12,00 FRANCIA € 6,50 GERMANIA € 6,50  
GRECIA € 5,50 LUSSEMBURGO € 5,50 MALTA € 6,50 PORTOGALLO CONT. € 5,50 SLOVACCHIA SKK 165,69/€ 5,50 SPAGNA € 5,50 SVIZZERA CHF 9,00 UNGERIA HUF 1500  
U.S.A. \$ 12,00





Architetto e docente, Marco Capellini opera a Milano e Roma come libero professionista nel campo della consulenza ambientale di prodotto.

## RICICLO E SVILUPPO

di Marco Biagi

*Le sfide che bisogna saper cogliere secondo un esperto, consulente dell'Osservatorio nazionale sui rifiuti e ideatore nel 2002 di Matrec, la prima banca dati italiana su materiali e prodotti riciclati. Di design.*



SOPRA, CAMPIONI DI ORIGINS, MATERIALE TERMOPLASTICO DERIVANTE DAL RICICLO DEI CONTENITORI PER I DETERSIVI. SOTTO, LIBRERIA SPANKLY IN CARTONE RICICLATO.

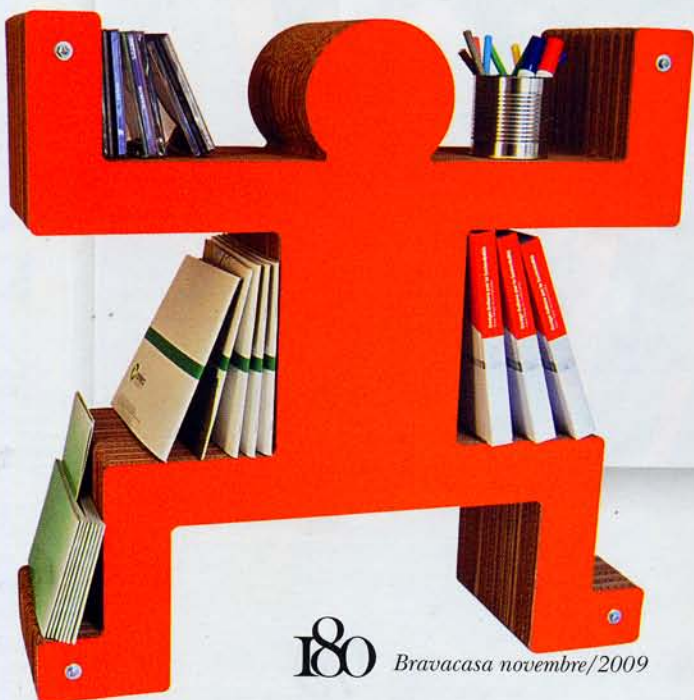
### **Cos'è Matrec?**

È la prima delle mie creature. La sigla significa MATerial RECYcling ed è la prima banca dati italiana gratuita di ecodesign dedicata ai materiali riciclati e al loro impiego nel mondo della produzione e del disegno industriale. È nata nel 2002, grazie al sostegno di alcuni consorzi nazionali del riciclo di imballaggi quali CiAl (alluminio), Comieco (cellulosa) e CoRePla (plastica), come portale online al servizio di progettisti e imprese impegnati in questo settore, e si è arricchita nel tempo fino a quando, nel 2006, da virtuale è diventata reale, con il supporto della Regione Lombardia e di Cestec. Abbiamo istituito un

archivio e centro ricerca nella Scuola Politecnica di Milano, dove i materiali si possono non solo guardare ma anche toccare con mano. Si tratta di un progetto in continua evoluzione. Recentemente abbiamo aperto una sede anche in Portogallo.

### **Cos'è invece Remade in Italy?**

Nel 2003, quando è uscito un decreto ministeriale che obbligava le amministrazioni ad acquistare prodotti realizzati almeno per il 30% con materiali riciclati, facendo uno studio, ci siamo accorti che esistevano due tipi di problematiche: da una parte, c'era la domanda ma mancava l'offerta; dall'altra, la qualità dei manufatti realizzati con materiali di recupero non era innovativa in termini di design. Remade in Italy, così, nei suoi primi quattro anni di vita, si è posta l'obiettivo di supportare le imprese nello sviluppo di prodotti in materiali riciclati ma di design. I risultati parlano da soli perché oggi sono nati Remade in Portugal, in France, in Argentina... e altri Paesi sono pronti ad aderire. A fronte di ciò abbiamo trasformato Remade in Italy



**Design Italiano  
per la Sostenibilità**  
Italian Design for Sustainability



## *L'inesauribile vita degli oggetti*

Quali prodotti sono più sostenibili? Molte delle soluzioni proposte da Marco Capellini si trovano nel catalogo della mostra da lui curata per il ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio (foto sopra). Itinerante, fa tappa al Palazzo Garampini di Rimini fino al 2 novembre. Tra le sei sezioni presenti, gli elettrodomestici, i sistemi di riscaldamento, l'illuminazione e i complementi d'arredo.

in un'associazione no profit di imprese con l'obiettivo di creare anche un dialogo con il consumatore: un aspetto fondamentale!

### **Quali sono oggi in Italia gli strumenti di informazione e garanzia a disposizione dei consumatori?**

Oggi il mercato è in una fase confusionale. Uno studio condotto dal centro di ricerca canadese TerraChoice, The six sins of greenwashing, effettuato su 4.000 sedicenti prodotti ambientali in Australia, Stati Uniti, Canada e Gran Bretagna, ha scoperto che almeno il 20% tra questi riportava etichette false o non del tutto veritiere. Sta succedendo che ogni azienda s'inventa un marchio e il consumatore non capisce più nulla. Quelle che vengono penalizzate sono le imprese che lavorano in modo serio. Esiste quindi la necessità di

razionalizzare questi marchi, e di non mostrare più soltanto un Label, un bollino verde, ma di dare tutta una serie di informazioni sul prodotto: quanta energia consuma, quanta acqua, quanta CO<sub>2</sub> produce ecc. È quello che stiamo cercando di fare con Remade in Italy.

### **Quali sono le sfide progettuali più urgenti da affrontare?**

Più che sfide progettuali direi che a questo punto è cruciale stabilire delle regole di comportamento. Da un lato, come dicevo prima, è importante far parlare i prodotti, farli dialogare con il consumatore. Dall'altro, la sfida, in assoluto, è non progettare il superfluo. Spesso vengono immessi sul mercato prodotti che non esito a definire inutili o che hanno l'unico merito di esser firmati da designer di nome. Occorre progettare meglio e con buon senso.

## protagonisti



DALL'ALTO, TESSUTI RICICLATI ECOTEC®, VISTA DELLA MOSTRA MATREC CONTINUAMENTE AGGIORNATA ONLINE DALL'OMONIMO SITO. SOTTO, RIVESTIMENTO IN ALLUMINIO RICICLATO E RICICLABILE ALULIFE.



*l'arte del recupero,  
un archivio online*