

numerocinque

arc
2007

ORDINE DEGLI ARCHITETTI PIANIFICATORI PASSAGGISTI
E CONSERVATORI DELLA PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA

Paolo Malara
Concetta Fallanca
Laura Thermes
Paolo Portoghesi
Franco Zagari
Antonio Quistelli
Giovanni Sole
Carmelo Carullo
Fulvio A. Nasso
Patrizia De Stefano
Francesco Morabito
Mario Pisani
Caterina Gironda
Francesco Murano
Vincenzo de Nittis
Marco Capellini
G. Paolo Manfredini
Vincenzo de Nittis

Campi contigui del sapere

L'innovazione del prodotto

ecodesign: *nuove* strategie di *progetto*

La politica comunitaria degli ultimi anni in materia di ambiente ha promosso una serie di norme che rappresentano un passo molto importante verso lo sviluppo di un sistema industriale sempre più controllato dal punto di vista ambientale. Il principio della "responsabilità estesa del produttore", dalla progettazione allo smaltimento finale del prodotto, è alla base di questo cambiamento.

Quello a cui stiamo assistendo è uno scenario dove il fattore ambiente può fare la differenza dal punto di vista del prodotto e di conseguenza del mercato: le imprese per essere competitive devono saper guardare avanti e prevedere in anticipo le possibili implicazioni legate ai nuovi prodotti.

Ecodesign: la definizione degli obiettivi "Ecodesign" o "progettazione ambientale di prodotto" è una definizione di carattere generale che delinea un intervento diretto sul prodotto o sul servizio al fine di ridurre l'impatto ambientale lungo tutte le fasi del suo ciclo di vita. Per perseguire una strategia di ecodesign è necessario individuare il tipo di intervento che si vuole perseguire evidenziando gli aspetti del ciclo di vita su cui poter intervenire: materiali, processi, trasporto, consumi energetici, raccolta finale del prodotto o riciclo.

Prima di agire sul prodotto è importante sapere prima quale deve essere l'obiettivo finale che si vuole raggiungere per evitare di intraprendere azioni inutili, costose e con risultati di nessun rilievo sostanziale per l'azienda e per l'ambiente. Gli obiettivi possono essere diversi per finalità, tipologia di prodotto, per servizio, per azienda, per

processo o scenario di riferimento. Nonostante possa sembrare per taluni inutile, la mancata definizione dell'obiettivo finale porta spesso allo spreco di risorse che utilizzate in altro modo avrebbero sicuramente permesso all'azienda di raggiungere risultati significativi e più remunerativi.

I nuovi prodotti devono assumere una nuova identità, essere responsabili nei confronti dell'utilizzatore, del mercato e del sistema in cui si inseriscono.

I nuovi prodotti ci devono parlare, raccontare la loro storia ed essere sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale.

Di fronte a questo scenario ad esempio i manufatti realizzati con materiale riciclato svolgono un ruolo fondamentale in quanto espressione diretta di una strategia che si focalizza nella valorizzazione dei nostri rifiuti in nuovi prodotti. Rifiuti che non sono rifiuti in quanto pronti per essere trasformati nuovamente in materiale e successivamente in manufatto che nella maggior parte dei



casi vediamo, tocchiamo e utilizziamo senza riconoscerne l'identità.

Ma questo non basta.

È necessario che ci sia un forte impegno da parte dei progettisti e delle imprese nel perseguire strategie di ecodesign per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi.

È necessario creare strumenti di supporto alla progettazione e di orientamento al mercato per perseguire scelte corrette dalla fase di concezione del prodotto fino alla dismissione e per essere competitivi in un mercato sempre più globale.

Il consumatore deve essere in grado di poter scegliere e valutare in un prodotto non solo la funzionalità, la forma, il colore e ma anche altri aspetti più intrinseci a carattere socio-ambientale.

Se il Made in Italy ha permesso all'Italia di farsi conoscere in tutto il mondo per la qualità e il design dei suoi prodotti, a questo punto è necessario iniziare a pensare al Remade in Italy come nuovo fattore di competitività.

Matrec la prima banca dati di ecodesign

MATREC (Material Recycling) è la prima Banca Dati nazionale on line (www.matrec.it) a diffusione pubblica e gratuita sui principali

temi dell'ecodesign, dei prodotti e dei materiali riciclati. Si rivolge principalmente:

- ad aziende e professionisti, come supporto tecnico ed informativo per lo sviluppo di nuovi prodotti;
- alle Pubbliche Amministrazioni come supporto per l'acquisto di prodotti realizzati con materiale riciclato.

MATREC è stata avviata nell'ottobre 2002 focalizzando inizialmente l'attenzione al comparto della plastica a seguito di una collaborazione con COREPLA, il consorzio nazionale per la raccolta, il riciclaggio e il recupero dei rifiuti di imballaggi in plastica. In un secondo momento tutte le sezioni sono state progressivamente completate con la collaborazione di nuovi partner

quali COMIECO, il consorzio nazionale per il recupero e il riciclo degli imballaggi a base cellulosica, CiAL, il consorzio nazionale imballaggi in alluminio. Dal 2006 MATREC da virtuale diventa reale grazie ad un progetto co-finanziato anche dalla Regione Lombardia e coordinato da Cestec, con la co-partecipazione di Assocomplast - Assorimap.

In uno spazio dedicato presso la Scuola Politecnica di Design a Milano sono in mostra più di 200 materiali riciclati provenienti da tutto il mondo affiancati dai prodotti più significativi.

MATREC è uno strumento di divulgazione e di informazione che si pone l'obiettivo di



aggiornare costantemente gli operatori del sistema interessati sui nuovi materiali e prodotti riciclati, di stimolare verifiche sull'utilizzo di materiale riciclato in sostituzione parziale o totale del materiale vergine impiegato e di supportare le imprese nella progettazione ambientale di prodotti e servizi.

MATREC Lab - Il Centro Ricerche.

Creato per supportare le imprese nello sviluppo di nuovi prodotti, il Centro Ricerche si avvale di tutte le informazioni raccolte nella banca dati, delle collaborazioni con gli operatori del sistema del riciclo e della rete internazionale di Università e laboratori

con l'obiettivo di sviluppare nuovi concept di prodotto, analisi ambientale e scenari di mercato, ricerca di materiali e sperimentazioni a supporto delle imprese.

Dal Made in Italy al Remade in Italy

Con il DM 203 del 2003 e successive circolari esplicative, si è dato il via ad una serie di azioni rivolte all'acquisto di prodotti realizzati in materiale riciclato post-consumo da parte delle Pubbliche Amministrazioni.

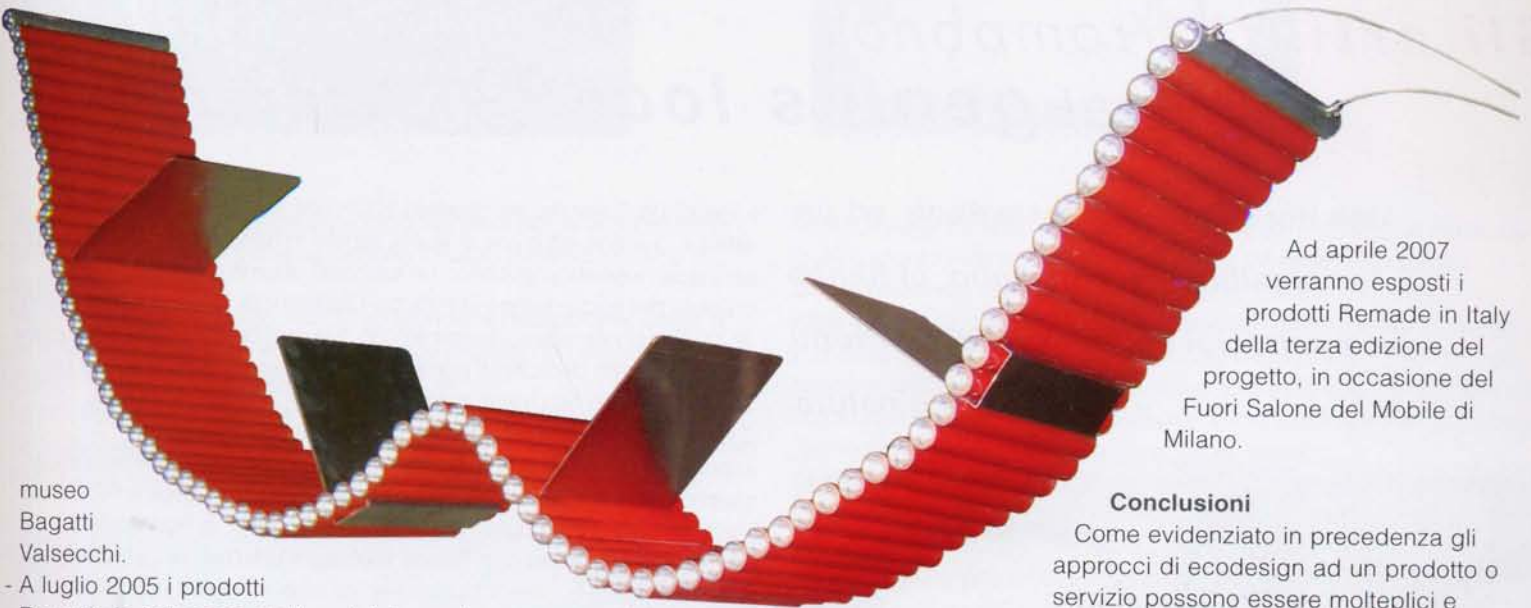
La Regione Lombardia è intervenuta in materia spostando il limite minimo del 30% al 35% del fabbisogno annuale di manufatti e beni con una quota di prodotti realizzati in materiale riciclato e sviluppando una serie di azioni rivolte sia alle P.A. sia alle imprese per stimolare la domanda e l'offerta di prodotti a ridotto impatto ambientale e con contenuti di materiale riciclato post-consumo.

In linea con questa politica sempre Regione Lombardia (Direzione Generale Reti, Servizi di Pubblica Utilità e Sviluppo Sostenibile), ha avviato un progetto pilota per supportare inizialmente alcune imprese lombarde (anno 2005 e 2006) e con il 2007 tutte le imprese Nazionali, allo sviluppo di prodotti industriali utilizzando materiale riciclato post-consumo: Remade in Italy (www.remadeinitaly.it)



Obiettivi raggiunti

- È stato realizzato un Ecotool di supporto alle imprese per lo sviluppo di prodotti a ridotto impatto ambientale e con contenuto di materiale riciclato post-consumo. L'Ecotool ad uso pubblico è presente nel sito www.ecotool.it.
- Dal 13 al 17 aprile 2005, in occasione del Fuori Salone del Mobile di Milano, è stata organizzata una mostra di presentazione dei prodotti Remade in Italy nati in seno alla prima edizione del progetto, presso il



Ad aprile 2007 verranno esposti i prodotti Remade in Italy della terza edizione del progetto, in occasione del Fuori Salone del Mobile di Milano.

Conclusioni

Come evidenziato in precedenza gli approcci di ecodesign ad un prodotto o servizio possono essere molteplici e affinché questi siano vincenti per un'impresa è essenziale capirne gli obiettivi e le finalità ultime. A tale riguardo le imprese devono essere in grado di trasmettere e condividere internamente con tutte le direzioni i contenuti dell'intervento ed i risultati finali. Le opportunità da cogliere ci sono: l'importante è saperle individuare.

(Cina) presso il Museo Nazionale nell'ambito di Sino-Italian Green Week in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente della Tutela del Territorio.

- A novembre 2006 è stato avviato Remade in Argentina a cui farà seguito Remade in Brasil, Remade in Chile e Remade in Portugal.



museo
Bagatti
Valsecchi.

- A luglio 2005 i prodotti Remade in Italy sono stati portati in mostra a Shanghai (Cina) all'interno di un centro commerciale in collaborazione con Macef (Italian Living) e ADI.

Nel dicembre 2005 è stato organizzato un incontro pubblico di presentazione dell'Ecotool: strumento on-line per la progettazione ambientale dei prodotti.

- Ad aprile 2006 in occasione del Fuori Salone del Mobile 2006 sono stati presentati i 40 prodotti Remade in Italy della seconda edizione del progetto, presso la Galleria Meravigli. Per tale occasione è stato organizzato un evento con la partecipazione di rappresentanti dei Ministeri Ambiente e Attività Produttive, dell'Osservatorio Nazionale sui Rifiuti, della Regione Lombardia e dei Consorzi Nazionali del Riciclo.

- A luglio 2006 i prodotti Remade in Italy sono stati portati in mostra a Pechino