

in primo piano

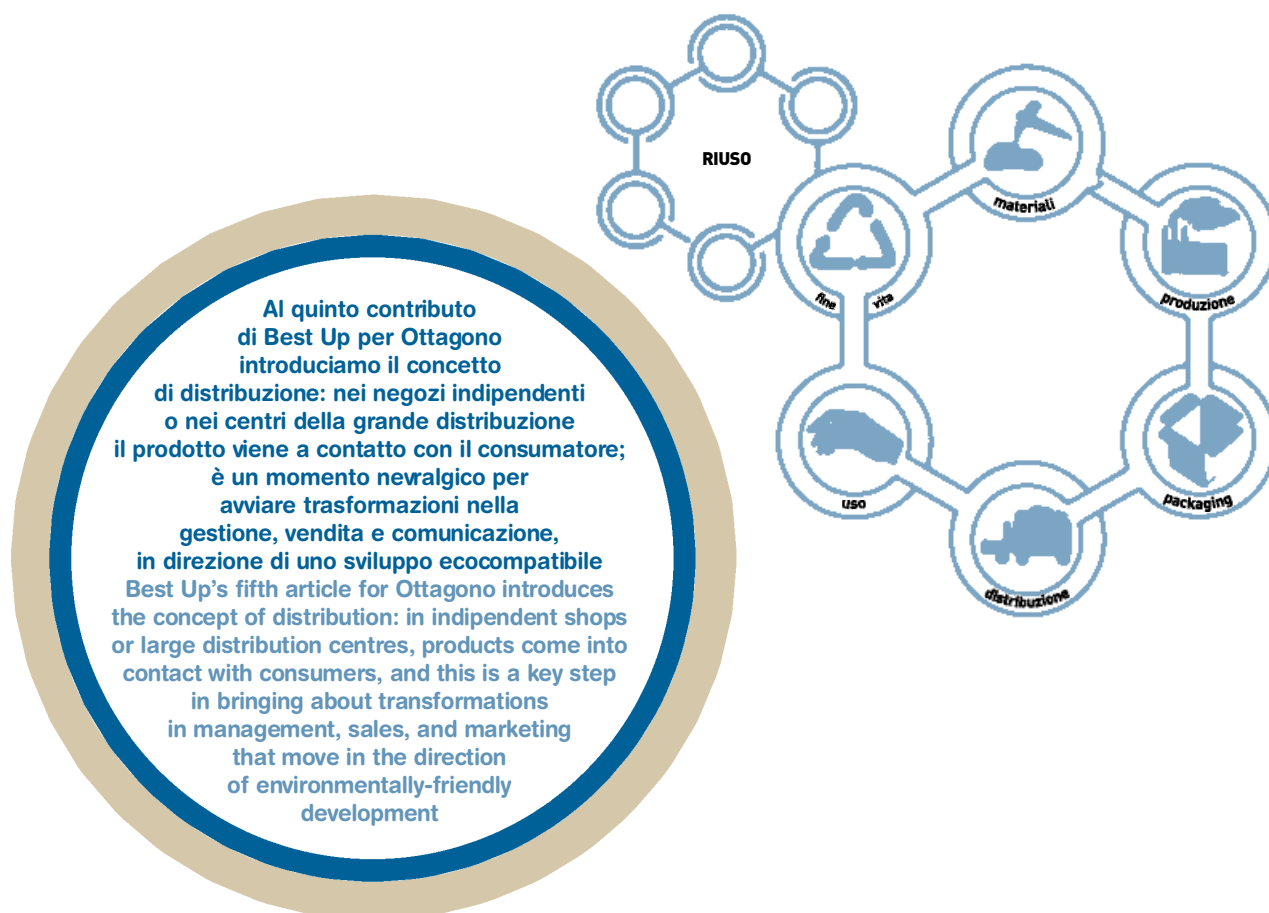
Il negozio, come luogo di incontro tra produzione e consumo, può svolgere un ruolo cruciale nel promuovere la sensibilizzazione di produttori e consumatori nei confronti della sostenibilità ambientale di prodotti e processi. In particolare quando esso veicola al consumatore informazioni sul ciclo di vita dei prodotti e fa leva sui produttori affinché le certificazioni conseguite siano adeguatamente comunicate, valorizzate e possano quindi divenire una delle argomentazioni di vendita primarie. Inoltre il punto vendita è ancora determinante nel caso in cui i propri processi aziendali siano gestiti in modo sostenibile al fine di contenerne rigorosamente l'impatto ambientale. Possono questi criteri di eco-sostenibilità

interessare un negozio di arredamento? Comunicare l'eco-sostenibilità di prodotti e processi può rappresentare una leva strategica per il negozio? Per inquadrare queste problematiche e sensibilizzare gli operatori sul ruolo cruciale che il negozio può svolgere nella diffusione delle culture e delle pratiche sostenibili, Federmobili e Innova.com hanno organizzato il workshop Verso il negozio eco-sostenibile: gestire, vendere e comunicare, a Rimini il 29 maggio, con la collaborazione di Best Up e Ottagono, di Rimini Fiera e Padova Fiere in occasione della prima edizione di Spazio, Salone Italiano del Mobile. Pur essendo decisamente cresciuta nel corso degli ultimi anni l'offerta di prodotti sostenibili, nel-

VERSO IL NEGOZIO SOSTENIBILE

WORKING TOWARDS SUSTAINABLE SHOPS

a cura di/edited by Clara Mantica e Giuliana Zoppis - Best Up



IKEA Corsico e/and Carugate (MI) - Riccardo Giordano

IKEA ha messo a punto precise politiche, definito obiettivi e strumenti di misura dei risultati inerenti alla generazione di rifiuti, al traffico indotto dalla movimentazione merci, dai clienti e dai dipendenti. Si è inoltre impegnata sulle tematiche del consumo di energia e acqua, assortimento dei prodotti e selezione dei fornitori, dedicando particolare attenzione alla comunicazione rivolta a clienti

e visitatori e alla loro sensibilizzazione sui temi ambientali e sociali, valorizzati dal rispetto dei diritti dei dipendenti, salvaguardia delle diversità e da interventi sul territorio e internazionali. La fruibilità del negozio è estesa a tutte le categorie, bambini, anziani e portatori di handicap. Con 'IKEA diventa rinnovabile', l'azienda si è posta l'obiettivo di utilizzare nei suoi punti vendita solamente

energia da fonti rinnovabili (attualmente ha raggiunto circa l'80%). Nella raccolta differenziata l'obiettivo è arrivare a una quota di riuso, riciclo o recupero dei rifiuti superiore al 90%. Attualmente è all'83%. IKEA has developed specific policies and defined goals and tools for measuring results, as regards the generation of waste and traffic connected to the transport of merchandise by customers and employees. It has also focused on the issues of water and energy consumption, product assortment and selection of suppliers, and has devoted special attention to informing and sensitizing

customers and visitors about environmental and social issues, backing this up through respect for employee rights, encouragement of diversity, and local and international measures. The store has been made accessible to every category of visitor: children, the elderly, and the disabled. With the 'IKEA becomes renewable' project, the company has set the goal of using only energy from renewable sources at its retail outlets (it has currently reached approximately 80% of this objective). As regards waste sorting, the goal is to reuse or recuperate over 90% of waste. It currently does so for 83%. www.ikea.it

KYOTO LA LUCE CHE NON CONSUMA IL PIANETA!

15 febbraio: primo anniversario dell'entrata in vigore del protocollo di Kyoto.



Risparmi l'80% del costo luce sulla bolletta!

FOR IT 11.40. 10 Watt.

costo alla rete di

€1,50

la corrente consumata in un anno di

uso normale (1000 ore).

www.ikea.it



Raccolta lampadine a risparmio energetico usate



Utilizzando le lampadine a risparmio energetico contribuiamo a salvaguardare l'ambiente. È importante però che vengano smaltite in modo corretto perché contengono piccole quantità di mercurio.

Per questo motivo, quando non funzionano più, riportatele. Ci occuperemo noi di avviarle ad un corretto smaltimento o in alternativa puoi portarle negli appositi centri di raccolta del tuo Comune.

Grazie per la collaborazione.



in primo piano

L'area dell'abitare le esperienze sono ancora sporadiche e qua di seguito ne riportiamo alcune proprio per confortare e stimolare altri imprenditori a seguirne l'esempio. Prioritario è lavorare sull'educazione al consumo sostenibile allargando l'offerta di prodotti eco-compatibili e l'informazione necessaria a riconoscere i vantaggi collegati all'uso. Al commerciante si chiede di praticare la sostenibilità lungo tutto l'arco della sua attività: dalla gestione dell'impresa, al controllo della filiera produttiva a cui si riferisce e, infine, alla comprensione delle esigenze dei consumatori cercando, ove possibile, di influenzare le scelte di acquisto degli stessi. Uno studio a cura dell'Istituto Envision svolto per la Camera di Commercio di Torino offre linee guida e suggerimenti pratici agli imprenditori che decidano di realizzare un 'negoziato sostenibile'. La questione riguarda sia la grande distribuzione sia i negozi indipendenti che possono valorizzare la propria presenza sul territorio fidelizzando un sempre maggiore numero di clienti proprio proponendo rinnovati modelli di benessere, armonia e, essenziale, di bellezza e godibilità. Il rapporto Envision identifica le aree operative su cui intervenire, a partire dalla struttura stessa del negozio - si tratti di ristrutturazione di locali preesistenti o di costruzione ex novo - all'approvvigionamento di energia, alla scelta di impianti ecoefficienti fino alla caratterizzazione interna del negozio e agli arredi. Un capitolo tratta delle certificazioni, in particolare dell'Ecolabel europeo, e molto spazio è riservato alla 'gestione ambientale' dell'attività imprenditoriale che, smen-



GATTI CENTRO BIOEDILE Via Ripamonti 514, Milano - Manuela e/and Stefania Gatti

Lungo via Ripamonti stanno nascendo una costruzione con i colori della terra, un giardino e una fontana integrati nel territorio e a servizio del Parco Sud. Il centro organizzerà corsi di formazione, fornirà consulenze e progettazioni dettagliate e venderà prodotti per la bioedilizia e per l'arredamento ecocompatibile compreso complementi, finiture e libri. Costruito integralmente secondo principi di bioarchitettura, l'edificio utilizza mattoni e intonaci in terra cruda, impregnanti e pitture naturali, raccoglie l'acqua piovana, ha un impianto fotovoltaico, un impianto di riscaldamento radiante e uno per l'aspirazione delle polveri.

In questo luogo sarà possibile sperimentare direttamente come si sta, cosa si percepisce laddove si è costruito con materiali naturali e secondo una tipologia costruttiva finalizzata alla solidità, alla durata, al risparmio energetico scegliendo forme, colori, orientamento e tenendo conto dei flussi energetici. L'inaugurazione è alle porte. A complex is rising up in Via Ripamonti that includes a building in earth tones, a garden, and a fountain that blend into the local fabric and serve the Parco Sud area. This space will be used to organize training courses, provide consulting and detailed design services, and sell

products for eco-friendly construction and decor, including accessories, finishes, and books. Entirely constructed according to ecological principles, the building employs bricks and plasters made of raw earth, natural paints, rainwater collection, a photovoltaic system, a radiant heating system and a dust collection system. This will give visitors the chance to directly experience a setting built with natural materials and construction methods that focus on durability and energy efficiency, carefully choosing shapes, colours, and layout, and taking into account the flow of energy. Its inauguration is just around the corner.


MATERIAVERA Corso San Gottardo 8, Milano - Elisabetta Tonalì

Nasce nel 2004 proseguendo il percorso iniziato vent'anni prima dal Centro Bioedile e da Tupa per il settore arredato. Fornisce consulenza a privati ed enti, informazione, progettazione e costruzione in bioarchitettura; espone e vende prodotti per la bioedilizia e arredi ecologici dando assistenza nella progettazione d'interni. Collabora con artisti, artigiani, designer che seguono la stessa filosofia. Lo spazio è un laboratorio attivo di idee e progetti offerti al pubblico finale e ai professionisti. Si occupa di

certificazione energetica, progettazione termotecnica, consulenza in campo di risparmio energetico e utilizzo di fonti rinnovabili e tecnologie sostenibili, avvalendosi della collaborazione di professionisti. Materiavera was founded in 2004, continuing down a path blazed twenty years earlier in the interior design sector by Centro Bioedile and Tupa. It provides consulting services to private citizens and institutions; bioarchitecture information, design and construction; display and sale of products for eco-

friendly construction and decor; interior design services. It works with artists, craftspeople, and designers who follow the same philosophy. The space is an active workshop of ideas and projects for the general public and professionals. It handles energy certification and heating system design, and provides consulting services regarding the optimization of energy efficiency and the use of renewable energy sources and sustainable technology, relying on the input of skilled professionals. www.materiavera.it



x favore allineare

tendo tanti luoghi comuni, consente di ottenere - a detta di chi l'ha adottata - consistenti risparmi economici. Secondo il rapporto "l'elemento sicuramente più percepibile dal cliente è l'offerta di merci eco-compatibili rese disponibili dal venditore presso il proprio negozio che, in questo modo si caratterizza come luogo in cui la qualità della vita e il rispetto dell'ambiente vengono ritenuti valori prioritari". Ciò avviene attraverso la vendita di prodotti con marchi ecologici, realizzati con materiali riciclati, risorse rinnovabili, materiali ecocompatibili, con sostanze non tossiche o pericolose; prodotti del circuito del commercio equo e solidale; prodotti di provenienza locale; prodotti energeticamente efficienti. Altri elementi da prendere in considerazione sono le politiche ambientali e di sostenibilità adottate dalle imprese produttrici che forniscono le merci in vendita: dalla gestione del fine vita del prodotto alle politiche di

e stensione della garanzia per la riparazione e l'assistenza.

■ Shops, as places where manufacturers and consumers come into contact, can play a central role in fostering awareness among both groups as regards environmentally sustainable products and processes. This is especially true when they convey information to consumers about product life cycles and encourage manufacturers to properly highlight the certifications they have received, so that the latter become a major selling point. Even more so when company processes are managed in a sustainable way to stringently reduce environmental impact. Can criteria related to environmental sustainability be of interest to interior design shops? Can drawing attention to environmentally sustainable products and processes be a strategic measure for them? To focus on these problems and sensitize professionals to the crucial



role that shops can play in promoting sustainable ideas and practices, Federmobili and Innova.com have organized the workshop 'Verso il negozio eco-sostenibile: gestire, vendere, e comunicare' ('Working towards Sustainable Shops: Management, Sales, and Communication') in Rimini on 29 May, in partnership with Best Up and Ottagono, Rimini Fiera and Padova Fiere, for the first year of Spazio, the Italian furniture expo. Though the field has definitely grown in recent years, there has still been only sporadic experimentation with offering sustainable products for living spaces; below we have listed a few examples to reassure and encourage other business

people to follow suit. One major priority is working to educate people about sustainable consumption, expanding the range of environmentally-friendly products and offering the information needed to grasp the benefits of using them. Shopowners must be called upon to practice sustainability throughout the entire scope of their activity: from managing their business, to monitoring the related production chain, and last but not least, understanding consumer needs and trying, whenever possible, to influence buying decisions. A study carried out by the Envision institute for the Turin Chamber of Commerce offers guidelines and practical tips for business owners

ON-FU-TON Via Crema 14, Milano - Cristiana Maiocchi

On-fu-ton si propone con due negozi d'arredamento ecologico, quello storico e uno aperto di recente proprio di fronte al primo. Il punto vendita originario, ristrutturato nel 2002 con materiali e tecniche in bioedilizia, è allestito come un vero 'work out' dove testare ciò che di meglio offre il mercato dell'abitare al naturale. Massima attenzione ai consumi di elettricità, acqua e, a breve, allacciamento di energia da fonti rinnovabili. Uso minimo e riciclo degli imballaggi.

I prodotti venduti sono per il 90% visionabili sul sito e il resto (complementi) nei negozi. Molto importanza è data alla comunicazione attraverso l'aggiornamento settimanale del sito ricco di notizie, biolink, informazioni sull'ambiente-edilizia-arredamento e fornito di archivio consultabile. A queste proposte si aggiungono una newsletter trimestrale, bacheca in negozio con distribuzione gratuita di materiale e consultazione di riviste.

On-fu-ton has two shops of eco-friendly furnishings, its historic location and another one recently opened across the street. Its original retail outlet, which was renovated in 2002 using environmentally-friendly materials and construction methods, is set up to offer a truly hands-on experience of all the best products on the market for natural living. The company is attentive to electricity and water consumption, and will soon be acquiring its energy from renewable sources. It focuses on

the reduction and recycling of packaging materials. 90% of the products on sale can be seen on the website and the rest (accessories) in the shops. Major emphasis is placed on communication, through a weekly-updated website full of news, eco-links, and information about the construction and furnishings, and with a searchable archive. Moreover, it puts out a newsletter and keeps a bulletin board in the shop and magazines for consultation. www.onfuton.com





MAISON BIOSOLARE Via Aretina 281/a, Firenze - Domenico Mirabile e/and Lorenzo Parretti

Uno spazio vissuto e progettato secondo criteri ecocompatibili interamente dedicato al progettare, costruire e vivere al naturale. Il concetto è stato sviluppato da un gruppo di architetti, artisti, tecnici e ingegneri con esperienze internazionali. Fornisce consulenza per l'impiego di prodotti per la bioedilizia, certificazione energetica degli edifici,

progettazione di impianti fotovoltaici. È costituito da un laboratorio (area Concept) per la creazione di nuovi oggetti per la casa, la realizzazione di stand e scenografie con materiale interamente ecologico, il restauro e la trasformazione di mobili e arredi in legno. Vende nell'area Store prodotti e materiali ecologici per edilizia e belle arti.

A space designed and used according to eco-friendly criteria, entirely dedicated to natural design, construction, and lifestyles. The concept was developed by a group of architects, artists and engineers with international experience. It provides consulting services regarding products for sustainable construction, energy certification for buildings and

photovoltaic system design. Its Concept lab develops new objects for the home, creates stands and installations using completely 'green' materials, and restores and transforms wooden furnishings. The Store sells environmentally-friendly products and materials for construction and the fine arts. www.maisonbiosolare.eu



x favore pareggiare

who decide to set up a 'sustainable shop'. This issue regards both large distribution centres and independent shops that can bolster their local presence and build customer loyalty by presenting new concepts of well-being, harmony, and—a sine qua non—beauty and pleasure. The Envision report has identified the areas to focus on, starting with the shop itself—whether renovated out of a preexisting venue or built from scratch—then moving on to energy procurement and environmentally-efficient plant systems, all the way to interior styling and the choice of furnishings. One chapter deals with certifications, specifically the European Ecolabel, and ample discussion is devoted to the 'environmental management' of business activities, which (in contrast what is commonly thought) can lead to considerable financial savings, according to those who have adopted it. In the words of the

report, "the element most perceptible to customers is definitely the range of environmentally-friendly products that shop owners offer at their point of sale; this is the primary way to make it stand out as a place where quality of life and respect for the environment are thought of as priorities". All of this is achieved by selling products with environmental certifications; made with recycled materials, renewable resources, environmentally-friendly materials, and non-toxic, non-harmful substances; fair trade products; local products; energy-efficient products. Other factors to take into consideration are the environmental and sustainability policies adopted by the manufacturers that supply the merchandise: from end-of-life management to policies for extending repair and service warranties.