

Informativa

X

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#).
 Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

il quotidiano online della Romagna

è ora anche sul tuo smartphone.

RIMINI » CESENA » FORLÌ RAVENNA » REGIONE ITALIA & MONDO

GIOVANI » GUSTO & CUCINA SANITÀ & BENESSERE » MODA & BELLEZZA TURISMO & VACANZE SPORT »
 AMBIENTE & ANIMALI » ECONOMIA DIRITTO WEB & SCIENZA VOLONTARIATO EVENTI »
 INEDITI LIBRI PERSONAGGI ARTE & CULTURA POLITICA APOLITICA RUBRICHE »

Cerca

Newsletter

Email

ULTIMORA **Atmosfera di Natale. Upcycling-mania: gli oggetti usati si rinnovano e diventano regali di tendenza.** 11:13

AMBIENTE / ECONOMIA / FAMIGLIA / GIOVANI / ITALIA & MONDO / ULTIMORA / USI & COSTUMI

HOME > AMBIENTE & ANIMALI > AMBIENTE > Atmosfere di Natale. Upcycling-mania: gli oggetti usati si rinnovano e diventano regali di tendenza.

Atmosfera di Natale. Upcycling-mania: gli oggetti usati si rinnovano e diventano regali di tendenza.

Condividi: 1 0

ROBERTO VANNONI 7 DICEMBRE 2016 0 COMMENTI
 ABBIGLIAMENTO, ARREDO, ARTE DI DARE NUOVA VITA OGGETTI, CAPODANNO, NUOVE TENDENZE, NUOVI MODI FAR REGALI DI NATALE, OGGETTI, REGALI DI NATALE, UPCYCLING MANIA



Atmosfera di Natale. Upcycling-mania: gli oggetti usati si rinnovano e diventano regali di tendenza.

È **UPCYCLING-MANIA**. Dai tavolini realizzati con i *pallet* alle poltrone, dalle collane agli orecchini, fino ai soprammobili e ai vestiti **vintage**. Sono solo alcuni dei regali che gli italiani troveranno sotto l'albero il prossimo 25 dicembre. Quest'anno però a molti

RUBRICA: IL PENSATOIO DELLO SCIAMANO



Non solo sport. Referendum: 'sforano' i 'no'. AAA cercasi sostituti di Rosberg. Juve di nuovo in sella.

Referendum. Qui, forse, il buon Matteo, matrice fiorentina, tanto sportivo nell'accettare la sconfitta, aveva sperato in un testa a testa a suo favore. Invece non è stato affatto così. A sua e nostra meraviglia. Intanto perchè è scesa al voto una fiumana di persone; e poi perchè si è infine approdati, grazie a certe vistose maggioranze in alcune regioni, ad un divario netto ed inequivocabile: 40% ai 'sì', 60% ai 'no'. Morale: la riforma proposta dal Governo non è passata e tutto resta (quasi) come prima. Con il buon Renzi dimissionario. Aspettando il sostituto. Nell'attesa magari di qualche altra (sempre possibile) sorpresa. O fors'anche soltanto di un nuovo plebiscitario ritorno alle urne. Chissà?



Archivio Testate

Autori

potrebbe capitare di scartare un pacco e trovarsi tra le mani uno di questi presenti in versione 'rivisitata': sono gli effetti dell'*upcycling-mania*, ovvero l'arte di dare nuova vita, rinnovate funzioni e un nuovo valore estetico agli oggetti già utilizzati, una vera e propria tendenza nata negli *Stati Uniti*, così forte da attirare l'attenzione di *New York Times* e *Boston Globe*.

Addirittura un italiano su 2 (48%) ha ammesso di aver preso in considerazione l'acquisto o la creazione ad hoc di questi originali oggetti per gli imminenti regali di *Natale*. I più gettonati? **Elementi d'arredo (44%)**, come quelli realizzati con i pallet recuperati, i **capi d'abbigliamento rivisitati (42%)** e i **gioielli vintage modernizzati (33%)**. Tra le motivazioni principali l'attenzione alla sostenibilità (61%), l'originalità (47%) e la crisi (34%). Tra i più avvezzi all'arte dell'*upcycling* le donne tra i 30 e i 45 anni (57%), soprattutto nelle metropoli come **Milano (56%)** e **Roma (54%)**.

UNO STUDIO. È quanto emerge da uno studio promosso dall'agenzia *Espresso Communication*, condotto mediante metodologia WOA (Web Opinion Analysis) su circa 1500 persone tra i 18 e i 65 anni attraverso un monitoraggio online sui principali social network, blog, forum e community, coinvolgendo un **panel di 15 docenti universitari**, per capire qual è il rapporto degli italiani con la tendenza dell'*upcycling* arrivata da oltreoceano e quali sono le ragioni di questo successo.

LE RAGIONI DEL SUCCESSO. Ma quali sono le reali ragioni di questo successo? Tra le motivazioni principali nella scelta dell'*upcycling* come nuova filosofia nei regali di Natale emerge una crescente attenzione alla sostenibilità e all'impatto di produzione e trasporti sul Pianeta (61%), ma anche la possibilità di personalizzare con maggiore originalità i doni (47%) e le ristrettezze economiche del periodo storico (34%). Ma non solo, alcuni seguono più semplicemente una moda (21%) o apprezzano l'originalità di un regalo fatto con materiali recuperati e resi nobili dall'artigianalità (13%).

LA COSCIENZA 'GREEN.' Elementi che sono ineluttabili segni di una coscienza 'green' e di un'attenzione verso un riutilizzo artistico e creativo che **sta contagiando anche le scelte dei designer e degli imprenditori italiani**, come ad esempio quelle di *ConLegno*, il consorzio per la tutela del legno: "La tendenza dell'*upcycling* è determinante nella scelta dei prodotti che andiamo a progettare – ha dichiarato il presidente **Fausto Iaccheri** –.

Uno dei valori aggiunti della nostra linea 800x1200, ovvero complementi d'arredo realizzati con il recupero dei pallet **EPAL**, è proprio l'utilizzo di un materiale naturale e non nuovo, che ha già vissuto un'altra vita; il bancale in legno, usato per spostare le merci, viene trasformato in un originale arredo ed inizia così un nuovo ciclo di vita. È l'incontro perfetto tra la cultura e la valorizzazione del legno, nel pieno rispetto della biodiversità, e l'ingegno creativo e il riutilizzo consapevole di strutture grezze per dar vita a soluzioni d'arredo creative e assolutamente innovative. Un nuovo inizio per avvicinare la cultura, anche creativa, del riciclo alle esigenze del quotidiano".

IL MONDO SCIENTIFICO. Ma che ne pensa il mondo scientifico accademico? Secondo la dott.ssa **Anna Rosa Montani**, docente di Sociologia dell'Ambiente presso l'Università *La Sapienza* di Roma: "L'*upcycling* si pone come evoluzione del recycling, presupponendo che il rifiuto, l'oggetto scartato, non solo trovi nuova vita, ma lo faccia acquistando un maggior valore rispetto all'oggetto o al materiale originario. Il momento attuale vede in Italia il perdurare di una crisi economica assai seria, che si accompagna ad una attenzione generalizzata per i temi ambientali, che forse ora, per la prima volta,

Contatti

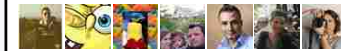


romagnagazette.com
795 likes

Like Page

Share

Be the first of your friends to like this



INEDITI

Non solo sport. Nico lascia la F1. Ma Lewis non capisce. Beneamata stavolta 'svernicciata' al San Paolo.

Auto. Ora Nico potrà dedicarsi alla famiglia. Ai suoi bimbi. Magari (anche senza volerlo) 'passandogli' il suo sogno; e chissà che tra qualche anno non avremo modo di (ri)vedere un altro Rosberg sul gradino più alto della F1? Non ci piacerebbe. Davvero. Persone come Nico non sono campioni (solo) in pista ma (soprattutto) fuori. E il mondo sa quanto ci sia bisogno di persone che al danaro (che vola) antepongano i valori (che restano). Peccato che il suo co-èquipiere Lewis non abbia capito la 'lezione'. Peccato, davvero, per lui, non per Nico.

sta inducendo molti a passare dal tempo delle parole a quello dei fatti.

L'*upcycling* sembra in questo contesto coniugare le esigenze della coscienza con quelle del portafoglio, ed anche con la nazionale propensione alla creatività. Il Natale, ed il desiderio di non rinunciare a qualche regalo, si presenta come un momento di particolare emergenza del fenomeno, che peraltro è già presente come fenomeno di nicchia da qualche tempo, con particolare espansione nel settore dell'arte, dell'arredamento e della moda. Più recente, ma molto vivace, è il suo ingresso nell'ambito dell'architettura e dell'arredo eco-sostenibile, in cui sono numerosi gli esempi di utilizzo di materiali di scarto sia nella progettazione di interni che di esterni".

Un'attitudine che incarna l'espressione di un nuovo modo di vivere, di cui hanno parlato con ampi focus testate del calibro di *New York Times* e *Boston Globe*. Non a caso il termine '*upcycling*' venne coniato per la prima volta nel 1984 dal giornalista **Reiner Pilz** e sdoganato ufficialmente nel 1997 nell'omonimo libro di Gunter Pauli. Negli anni il fenomeno si è sviluppato a tal punto che in Danimarca è addirittura il Governo a suggerire ai cittadini sul proprio sito ufficiale *Denmark.dk* di fare doni di '*seconda mano*', definendoli come una scelta veramente moderna e attenta alla sostenibilità. Una sensibilità dimostrata anche dall'Università australiana del Queensland che sul proprio portale, tra i consigli per un Natale sostenibile, cita non solo i regali '*figli*' dell'*upcycling*, ma anche i biglietti di auguri fatti con materiali reperibili in casa. Sono gli stessi alberi di *Natale*, infine, a diventare regali per la collettività: secondo quanto riportato dal *Washington Times* le comunità costiere del New Jersey hanno donato i loro stessi abeti affinché potessero essere ripiantati sulle dune distrutte dall'uragano Sandy per rinsaldarle.

L'IDENTIKIT. Ma qual è l'*identikit* dell'*upcycling-addicted* natalizio? Il 53% delle donne e il 43% degli uomini ha dichiarato di aver intenzione di regalare un oggetto in versione '*rivisitata*'. Tra di loro la maggior parte ha tra i 30 e i 45 anni (57%), mentre la percentuale scende al 45% tra i 46 e i 65 anni e al 41% tra gli under 29.

Tra di loro ci sono soprattutto insegnanti (20%), professionisti (14%) e impiegati statali (13%), ma anche studenti (12%) e imprenditori (10%), svelando una tendenza che abbraccia tutte le categorie. Il fenomeno, molto più marcato nelle grandi città, vede in testa Milano (56%), seguita nella top 5 da Roma (54%), Torino (53%), Bologna (51%) e Napoli (49%).

ECCO INFINE LA CLASSIFICA DEI 10 OGGETTI REALIZZATI CON LA LOGICA DELL'UPCYCLING PIÙ GETTONATI A NATALE:

1. Complementi d'arredo (44%)
2. Capi d'abbigliamento rivisitati (42%)
3. Gioielli vintage modernizzati (33%)
4. Lampade (24%)
5. Orologi (22%)
6. Cucce per gli amici a 4 zampe (18%)
7. Calzature (15%)
8. Biciclette restaurate (13%)
9. Vasi e contenitori (11%)
10. Portabottiglie e cantinette (7%)