

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

Lifestyle

Cerca in Ansa Lifestyle

cerca

ANSA

Moda

People

Lusso

Beauty

Passioni

Kids

In Cartellone

Società

Must have

Dal riciclo al riuso, a Natale regali di seconda mano ma creativi, è l'upcycling mania

Dai tavolini in pallet agli orecchini da ex collane, risparmio + coscienza green

Indietro Stampa Consiglia



Più che il vecchio riciclo ora va di moda il riuso: non si butta via niente ma anziché l'assai poco chic ricollocazione del pacco magari con la stessa carta regalo ora si rivisitano gli oggetti, nuovi o usati, con nuova destinazione e magari anche con estro artistico. Dai tavolini realizzati con i pallet alle poltrone, dalle collane agli orecchini, fino ai soprammobili e ai vestiti vintage. La tendenza ha un nome, si chiama **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%).

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.

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%).

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".

Per la sociologa Anna Rosa Montani, docente di Sociologia dell'Ambiente all'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, 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.

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 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%)