



ARCHITETTURA

ABITARE LA TERRA



POSTE ITALIANE SPA
Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46)
art. 1, comma 2, CNS BOLZANO
BIMESTRALE

Non riceve alcun finanziamento pubblico

€ 12,00

BIG ARCHITETTURA
C.P. 61 - 39100 Bolzano, Italy



Architettura innovativa. Stabilità in diagonale – L'esperimento di Nomadelfia.
Il villaggio tra le zolle. Nomadelfia in Tanzania. Sala polivalente Don Zeno –
Accoglienza nel Sud Sudan. Missione sociale e tecnologie appropriate –
La riqualificazione dell'ex Tabacchificio a Cervinara – Stili di vita sostenibili.
Greenwashing o strategia di sopravvivenza.

143



BIOARCHITETTURA® - In distribuzione anche presso

Libreria Arca, Anzola dell'Emilia (BO)	Pietro Fiaccadori, Parma
Libreria Campus, Bari	Filograsso Libri, Pescara
Libreria Fassi, Bergamo	Libreria Campus, Pescara
Libreria Mel Bookstore, Bologna	Libreria dell'Università - Eredi, Pescara
Libreria Mardi Gras, Bolzano	Libreria Pellegrini, Pisa
Libreria Punto Einaudi, Brescia	Libreria Giavedoni, Pordenone
Libreria Arca, Casalecchio di Reno (BO)	Libreria Al Castello, Prato
Mondadori Book, p. Roma, Catania	Libreria La Compagnia, Reggio Emilia
Libreria Giunti al punto, Cesena	Block 60 Libreria Pulici, Riccione (RN)
Libreria Minerva, Cesena	Bookàbar, Roma
Libreria Sovilla, Cortina d'Ampezzo (BL)	Architetti Roma Edizioni Libreria Casa
Libreria Golden Books, Diegaro di Cesena (FC)	dell'Architettura, Roma
Libreria Altani Editrice, Firenze	Libreria Kappa, Roma
Libreria L.E.F., Firenze	Libreria Orienta, Roma
Libreria Cardini Press, Firenze	Libreria San Paolo, via della Conciliazione, Roma
Libreria Nuova P. Bozzi, Genova	Libreria Mel Bookstore, Roma
Edicolò, Lagonero (PZ)	Libreria Gabò, Siracusa
Libreria Liberrima, Lecce	OOLP Libreria Torino
Libreria Bernardelli, Mantova	La Rivisteria, Trento
Eco Bookshop Valcucine, Milano	Libreria Cluva, Venezia
Libreria Hoepli, Milano	Libreria Rinascita, Verona
Libreria Cortina, Milano	Galla Librarsi, Vicenza
Libreria C.L.E.A.N., Napoli	Libreria Gaspari Udine
Libreria Ginnasio Progetto, Padova	Libreria IBS + Libraccio, Ferrara
Libreria Dante, Palermo	

La rivista è catalogata presso: Biblioteca dell'Università di Bologna e Coordinamento Nazionale Biblioteche di Architettura (CNBA. Consultabile grazie allo spoglio dei singoli articoli sin dal 1992) <http://www.cnba.it/periodici/>

Distribuzione della rivista:
IDEA, Schio (VI)
www.ideabooks.it

Bioarchitettura® è stata riconosciuta dall'ANVUR rivista scientifica in classe A (n.1824-050X)

Sohm Holzbautechnik, Alberschwende, Austria. Fotocredit MEDIART/mediart.at



Comitato scientifico

Presidente Massimo Pica Ciarrarra - architetto, Napoli
Konrad Bergmeister - ingegnere, Bolzano
Fritjof Capra - scienziato, fisico sistemico, Berkeley - Univ. of California
Marco Ferrero - ingegnere - Università degli Studi di Roma "La Sapienza"
Sebastiano D'Urso - ingegnere - Università degli Studi di Catania
Rainer Graefe - facoltà Architettura Università di Innsbruck (A)
Peter Huebner - architetto, Stoccarda (D)
Rob Krier - urbanista e architetto, Berlino (D)
Gernot Minke - ingegnere - Università di Kassel (D)
Carlo Monti - ingegnere - DAPT Università di Bologna
Joachim Eble - architetto, Tubinga (D)
Herbert Dreiseitl - paesaggista, Ueberlingen (D)
Luigi Fusco Girard - architetto, Napoli
Alberto Di Cintio - architetto, Firenze

Comitato culturale

Mario Angelelli, Roma
Giulio Ceppi, Milano
Francesco Ferrara, Lipari
Salvino Maltese, Noto
Francesco Diafenio, Canosa
Angelo Mingozzi, Bologna
Carmen Lanteri, Sanremo
Antonio Marano, Catania
Elio Marchese, Imperia
Mario Pasquale Martorano, Potenza
Cecilia Neri, Roma
Luigi Nevaloro, Alcamo
Giovanni Renda, Lamezia Terme
Laura Rubino, Bari
Annarita Santilli, Pesaro
Cristina Tealdi, Imperia
Alceo Vado, Cagliari
Angelo Verderosa, Avellino

Comitato tecnico

Josef Bida, Gianni Nerobutto, Andreas Eisenkeil, Franz Oberstaller,
Andrea Di Stefano, Werner Rizzi, Gianluca Ottaviani, Hilde Niederstätter,
Egidio Raimondi, Diego Pirca, Robert Reiterer

Indice fotografico

Le immagini degli articoli sono fornite dagli autori e dalla redazione tranne se diversamente citato nella didascalia a corredo delle foto.

BIOARCHITETTURA n. 143
ABITARE LA TERRA

Organo ufficiale della Fondazione Italiana di Bioarchitettura e antropizzazione sostenibile dell'ambiente

Direttore responsabile
Witfrida Mitterer

Redazione
Witfrida Mitterer

Collaborazione di
Killian Sohm, Paolo Tarchi, Gino Daviddi,
Avelino Rheinfelder Bassols, Mario Coppola,
Giulio Ceppi, Fritjof Capra

Grafica
Verena Geiregger

Segreteria di redazione
Laura Paladino

Editing
Luca Megrini

Redazione
Bioarchitettura
C.P. 61 - 39100 Bolzano, Italy
tel. +39 0471 973097
redazione@bioarchitettura-rivista.it
www.bioarchitettura.org

Stampa
Tipografia Editrice Universitaria
A. Weger - Bressanone (BZ)
Pagine interne e copertina sono stampate su
carta chlor free

Prezzo
1 copia € 12,00
1 copia arretrata € 20,00
numero doppio € 24,00
Abb. a 6 numeri € 72,00
Abb. a 6 numeri estero € 120,00

CIC intestato a
Fondazione Italiana di Bioarchitettura
IBAN: IT 44 2060 4511 6010 0000 1006 739
BIC: SWIFT: CR BZ IT 2B 001

Anno XXXI - n° 143
06/2023
Reg. Trib. Bolzano
BZ 8/30 RST del 30.03.90
ISSN 1824-050X
Spediz. in A.P. - L. 27.02.2004
art. 1, comma 1, NE Bolzano

Concessionaria esclusiva per la pubblicità
Bioa.com
C.P. 61 - 39100 Bolzano
e-mail: bioa@bioarchitettura.org

La responsabilità per gli articoli firmati è degli autori. Materiali inviati per la pubblicazione, salvo diversi accordi, non si restituiscono.

La pubblicità su **BIOARCHITETTURA** e **ABITARE LA TERRA** è sempre informazione selezionata. Le scelte editoriali, gli articoli e le comunicazioni hanno esclusivamente motivazioni culturali, pertanto non contengono alcuna forma di pubblicità redazionale. A tutela dell'inserzionista e del lettore, la pubblicità è sempre evidenziata come tale e sottoposta al vaglio del Comitato Scientifico, che si riserva di non accogliere richieste non in linea con la propria filosofia progettuale.

Per ricevere l'abbonamento e-book contattare la redazione.

EDITORIALE

Fritjof Capra

ARCHITETTURA

Killian Sohm

SOCIETÀ

Paolo Tarchi

Witti Mitterer

Francesco di Nomadelfia

Gino Daviddi

Avelino Rheinfelder Bassols

RICERCA

Mario Coppola

CULTURA

Giulio Ceppi

IMPARARE DA LEONARDO

02

ARCHITETTURA IN LEGNO, STABILITÀ IN DIAGONALE

06

Innovazione applicata

L'ESPERIMENTO DI NOMADELFIA

22

L'utopia porta avanti il mondo

Il villaggio tra le zolle

Nomadelfia in Tanzania

Sala polivalente Don Zeno

ACCOGLIENZA NEL SUD SUDAN

44

Tecnologie appropriate e missione sociale

L'ARCHITETTURA COME RICERCA

52

La riqualificazione dell'ex tabacchificio ATI di Cervinara

L'ITALIA (LENTAMENTE) SI MUOVE

62

Stili di vita sostenibili

A W E G E R

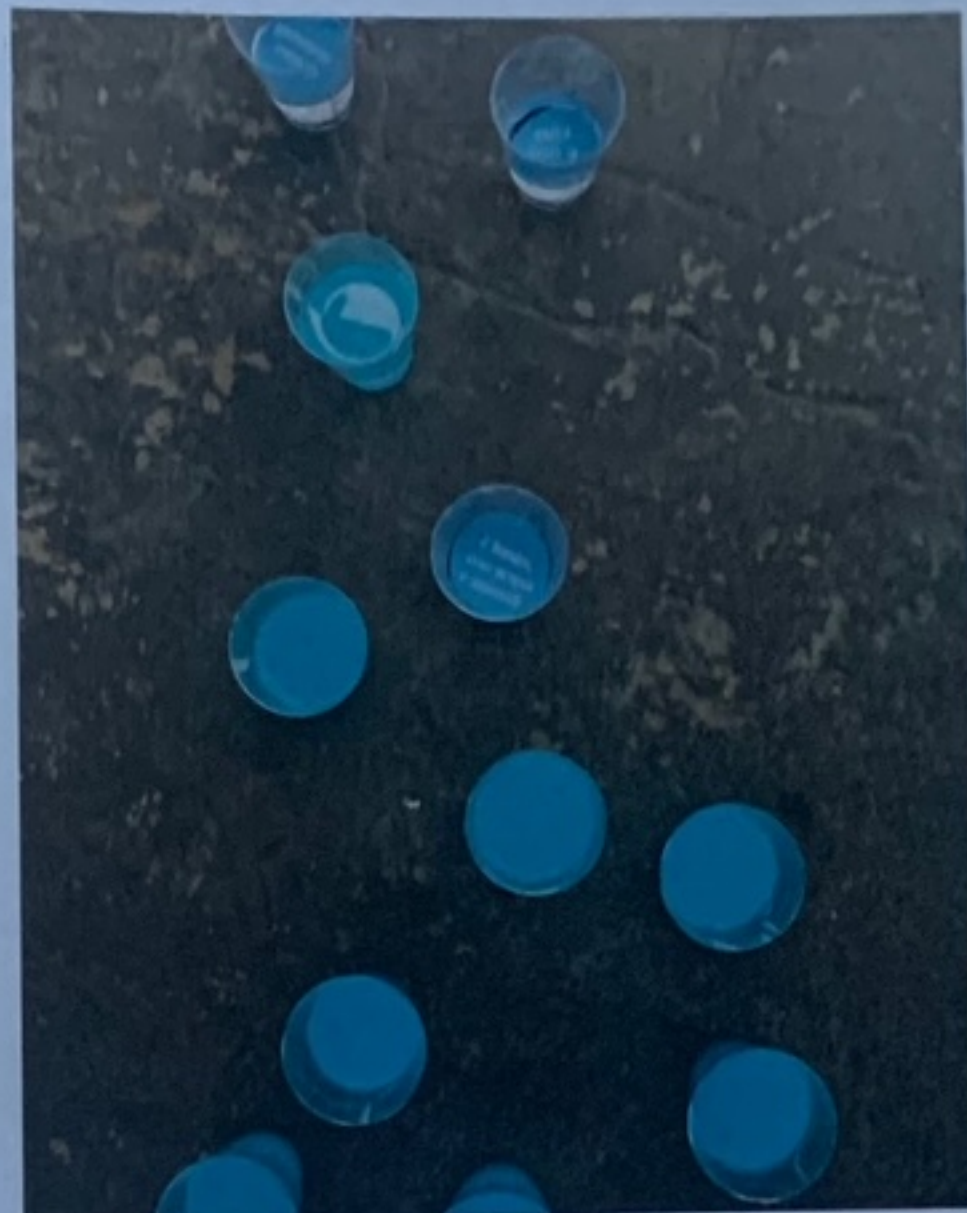
Carbon neutral
Prodotto di stampa
ClimatePartner.com/10745-2304-1001

Giulio Ceppi

L'ITALIA (LENTAMENTE) SI MUOVE

Stili di vita sostenibili





In queste pagine, installazione dei laboratori didattici "Acque del Gerenzone" a cura della Scuola Materna Rosabosco all'Otolab di Rancio (Lecco)

Sono 39,5 milioni i cittadini italiani coinvolti nel rispetto di uno stile di vita sostenibile. Si tratta del dato più alto fatto registrare dal 2015, primo anno in cui è stata realizzata la ricerca annuale promossa da LifeGate in collaborazione con l'istituto di ricerca Eumetra MR, oggi i risultati dell'edizione 2023 sono stati presentati presso la Glass House di Villa Necchi Campiglio a Milano; rispetto all'impegno delle aziende sulla sostenibilità, un italiano su due (49%) ritiene però che le iniziative attuate siano solo delle operazioni di marketing e quasi un terzo degli abitanti del Bel Paese (27%) pensa che le iniziative green siano una mera moda. "Il cambiamento sociale e culturale parte sempre dalle persone e dal capitale umano in modo da poter promuovere uno sviluppo pienamente sostenibile", ha dichiarato Enea Roveda, amministratore delegato del Gruppo LifeGate.

In generale il dato confortante è che cresce l'interesse e il coinvolgimento degli italiani per la sostenibilità. Sono infatti 39,5 milioni gli italiani, 8 su 10 (79%), che si dichiarano appassionati e interessati alle tematiche sostenibili. Un dato in crescita del +6% rispetto al 2022 e addirittura del +36% nel confronto con il 2015, il più alto mai registrato da quando viene effettuata questa indagine.

Ma quali sono le categorie di cittadini più coinvolte rispetto al green: la Gen Z (18-24 anni), i professionisti, le donne, i laureati e gli studenti? Diminuisce (-6%), invece, la quota di italiani che si mostra disinteressata rispetto ai temi della sostenibilità, pur mantenendosi nell'ordine di uno su cinque (21%) con un picco di uno su quattro (24%) tra i cittadini romani. La sostenibilità è un tema sentito da quasi sette italiani su dieci (68%), pari a 34 milioni di cittadini, un dato in crescita del +6% rispetto al 2022 mentre sono quasi uno su tre (27%) gli italiani che ritengono che un approccio sostenibile sia soltanto una moda: tra questi i milanesi (29%) si dimostrano i più dubbiosi. Allargando il ragionamento alle aziende che si definiscono sostenibili, gli italiani si mostrano divisi a metà di fronte alla misurazione del reale impegno delle

organizzazioni sulla sostenibilità con un cittadino su due (49%, +4% rispetto al 2022) che ritiene siano solo delle strategie e delle operazioni di marketing, contro il 46% che pensa sia un impegno concreto per poter assicurare un futuro al Pianeta. I più scettici di fronte al reale impegno delle aziende sulla sostenibilità sono i giovani della Gen Z (54%). LifeGate, società benefit e network d'informazione, da oltre 20 anni punto di riferimento italiano sulla sostenibilità, dal 2015 ci offre una fotografia dettagliata di come la popolazione italiana applichi i principi sostenibili alla visione del futuro e alle scelte quotidiane. La nona edizione dell'Osservatorio Nazionale sullo stile di vita sostenibile era dedicata al tema del capitale umano. "Il cambiamento sociale e culturale parte sempre dalle persone e dal capitale umano, vero tesoro e punto di forza da sfruttare anche per le aziende nel loro percorso verso una piena sostenibilità, ed è per questo motivo che l'abbiamo scelto come tema centrale di questa 9ª edizione", ha commentato sempre Enea Roveda. Il capitale sociale fa la differenza all'interno delle imprese che non si concentrano esclusivamente sul profitto, ma che lo inseriscono in una visione più ampia, valorizzando l'impatto sociale e delineando uno sviluppo pienamente sostenibile.



Interessanti alcuni focus emersi dalla ricerca:

• ENERGIA

Il 90% degli italiani (78% della Gen Z) ritiene che sia giusto investire nelle fonti di energia rinnovabile e il 38% (28% della Gen Z) pensa che sia necessario mettere l'acceleratore sull'impiego delle rinnovabili, puntando all'indipendenza energetica dell'Italia. Solo uno su quattro (23%) dei cittadini invece già utilizza energia rinnovabile.

• MODA E DESIGN

Quasi un cittadino italiano su due (48%, + 7% rispetto al 2022) conosce e sa descrivere il concetto di moda sostenibile. Uno su cinque (20%) sarebbe disposto ad acquistare prodotti di arredamento rispettosi dell'ambiente e/o un abbigliamento naturale e sostenibile.

• CLIMATE CHANGE

L'86% degli italiani (79% della Gen Z) pensa che si debba sostenere la battaglia contro i cambiamenti climatici con il proprio comportamento e uno su quattro (24%) sarebbe disposto ad acquistare una polizza contro i cambiamenti climatici anche se questa costasse di più. Esso risulta un dato in crescita del +5% rispetto alla rilevazione effettuata nel 2022.

• MOBILITÀ E SMART CITIES

Pur pensando nel 72% dei casi (77% secondo la Gen Z) che vada incentivato l'acquisto di autoveicoli elettrici, l'utilizzo di un'auto elettrica è ancora poco diffuso all'interno della popolazione italiana con meno di un italiano su dieci (9%) che utilizza questi veicoli. Un italiano su tre (29%) conosce e sa descrivere il concetto di smart cities, un trend in crescita del +8% rispetto allo scorso anno.

• AZIENDA

Secondo i cittadini italiani i tre criteri principali in base ai quali un'azienda si possa definire realmente sostenibile sono rappresentati da: un utilizzo responsabile delle risorse (35%), essere carbon neutral (18%), avere un report di sostenibilità chiaro (9%).

• ALIMENTAZIONE

Un italiano su quattro (25%) limita l'utilizzo di carne nell'alimentazione e il 4% della popolazione italiana (9% nella Gen Z) si dichiara vegetariano e/o vegano. È invece pari al 17% il numero di italiani (23% Gen Z) che dichiara di consumare sempre cibi biologici. Uno su cinque (19%) ritiene che la priorità del Paese, in campo alimentare, sia quella di aumentare la produzione di cibo biologico.

• ECONOMIA CIRCOLARE

Cresce del 6% la percentuale degli italiani (43%) che conosce e sa descrivere il concetto di economia circolare mentre sono più di 3 su 4 (76% vs il 60% della Gen Z) i cittadini che dichiarano di fare la raccolta differenziata di rifiuti speciali (es. RAEE).



• ACQUA E PLASTICA

Il 44% degli italiani limita l'utilizzo di bottigliette di plastica e in questo ambito le due priorità per i cittadini sono rappresentate dalla riduzione degli sprechi idrici per combattere la siccità (47%) e dal divieto di produrre e utilizzare le bottigliette di plastica (28%).

• DIVERSITY E INCLUSION

Secondo l'84% degli italiani (74% della Gen Z) la diversità e l'inclusione sono caratteristiche fondamentali che le aziende debbono rispettare e il 12% dei cittadini opta per l'acquisto di prodotti/servizi presso un'azienda impegnata ad essere inclusiva e rispettosa delle diversità.

In complesso fa piacere vedere per chi conosce la rivista **Bioarchitettura/abitare la terra** attiva dal 1992, anno della sua fondazione, che la consapevolezza sull'eco-sostenibilità e sulla bio-sostenibilità sono in crescendo, seppure sempre gradualmente, anche nel nostro Paese. Ricordo, da giovane architetto neolaureato, quando la parola "bioarchitettura" suscitava stupore e meraviglia, e oggi, dopo 35 anni, comincia ad essere finalmente una pratica, fatta di attività formative, comunicazione, esempi e modelli. Essere pionieri vale per Bioarchitettura come per LifeGate, certamente costa, ma alla fine, se si percorre la retta via, ci sarà un premio per certo moralmente. Lunga vita quindi a chi, forse un poco evangelizzando, cerca di fare educazione e generare consapevolezza su un tema tanto complesso e delicato come quello della transizione ecologica (che la generazione Z ancora non sa cosa voglia dire ...).

