

## BWT Bottle Award - *La mia borraccia*

non solo un premio ma un contest online, una mostra e una campagna di sensibilizzazione. Tra design e natura, un progetto dedicato alla gestione consapevole di una risorsa preziosa: l'acqua.

*La borraccia, oggi, è il simbolo di chi vuole proteggere l'ambiente, è un modo di vivere diverso, è un gesto di attenzione, di cura e di consapevolezza. È il segnale, tangibile, concreto, che si passa di mano in mano, che si porta sempre con sé, che non si butta e non si abbandona, per dire ad alta voce che tengo al posto in cui vivo e che voglio un mondo migliore, per me e per le generazioni che verranno.* Filippo Solibello

BWT, leader nella ricerca e sviluppo dei migliori prodotti e servizi nel settore di trattamento dell'acqua, insieme a Filippo Solibello, ideatore tra gli altri anche del progetto *M'illumino di meno* dedicato al risparmio energetico, lancia una campagna di educazione al consumo dell'acqua che ha come protagonista la borraccia, l'oggetto che fonde in sé design e rispetto per la natura.

*La mia borraccia* è una campagna di sensibilizzazione avviata con un contest on line che, durante le giornate del Salone del Mobile a Milano, prende vita anche grazie a una mostra e una premiazione: BWT Bottle Award, con la straordinaria partecipazione di ASI Agenzia Spaziale Italiana. Un progetto, a cura di Mismaonda, che vuole ricordare a tutti come il cambiamento possa essere attuato attraverso i gesti quotidiani, con piccole rivoluzioni domestiche che modificano abitudini, anche consolidate, a favore del pianeta in cui viviamo e che dobbiamo imparare a proteggere. Perché una borraccia salva la giornata e mille borracce salvano il pianeta. L'invito per tutti è condividere la storia della propria borraccia e partecipare alla grande raccolta che in occasione della Design Week milanese, si apre al pubblico.

Ogni anno vengono consumate in Italia 11 miliardi di bottiglie di plastica di cui solo il 43% viene correttamente riciclato, secondo i dati raccolti da AQUA ITALIA, l'Associazione Costruttori Trattamenti Acque Primarie - federata ANIMA Confindustria. Proprio le bottiglie di plastica rappresentano complessivamente il 5% dei rifiuti provenienti da raccolta differenziata: per contrastare questa tendenza, diventa necessario trovare soluzioni che sostengano una possibile alternativa, come l'uso dell'acqua di rete degli acquedotti. Grazie a scelte condivise anche da molte amministrazioni comunali, si è potuto osservare una graduale modifica nell'atteggiamento dei consumatori più propensi, rispetto al passato, a rinunciare all'acqua in bottiglia. Questo comporta un immediato beneficio ambientale con riduzione sia della massa dei rifiuti sia dell'inquinamento atmosferico a seguito della mancata produzione di CO<sub>2</sub> proveniente dai processi di produzione, trasporto e smaltimento e/o recupero delle bottiglie stesse.

Inoltre è da considerare anche che, sulla base delle ricerche condotte da UNICEF e WHO - World Health Organization, entro il 2020 si stima che la richiesta di acqua potabile aumenterà del 55% come conseguenza della crescita di popolazione, abitazioni, industrie e consumi energetici. Considerando inoltre che nei prossimi decenni il livello globale idrico subirà importanti cambiamenti, anche in relazione all'aumento di siccità in alcune aree e di fenomeni come precipitazioni improvvise e scioglimento di neve e ghiacciai destinati ad aumentare con i cambiamenti climatici, una campagna di educazione e rispetto verso le risorse idriche può e deve aumentare la consapevolezza delle popolazioni.

BWT Bottle Award, prima esposizione al mondo di borracce, si fa portavoce di questo importante messaggio e sceglie di presentarsi al pubblico durante il Salone del Mobile, momento in cui il mondo del design che sempre più si interroga sull'importanza della sostenibilità delle scelte da parte di tutti gli operatori, si ritrova a Milano.

*La borraccia: un contenitore, un recipiente, uno scrigno. Un oggetto che fin dalla notte dei tempi accompagna l'uomo nel suo vivere quotidiano: anticamente era l'otre, poi la caraffa, la fiasca, la brocca, la fiaschetta e la bottiglia. La borraccia, come necessità primordiale di portare con sé il liquido dal quale dipendiamo, ha segnato la storia delle civiltà e dei popoli che hanno abitato la Terra, come descrive Filippo Solibello nel Manifesto del Bottle Award.*



#### Il contest on line: *Mettici la borraccia*

L'invito rivolto a tutti è quello di candidare la propria borraccia pubblicandola sul sito [lamiaborraccia.com](http://lamiaborraccia.com) o postandola dagli account facebook e instagram con l'hashtag #lamiaborraccia, raccontandone la storia, da dove arriva, che significato porta con sé, per partecipare alla selezione della mostra finale.

#### La mostra e il premio: *BWT Bottle Award*

Saranno oltre 100 le borracce scelte tramite il contest on line e che verranno esposte nei giorni della Milano Design Week 2021 nello showroom BWT. Un'installazione diffusa di borracce sospese come gocce d'acqua che invadono gli spazi con colori e materiali diversi.

Cimeli di guerra, insostituibili compagni di sportivi, edizioni limitate decorate e firmate da designer, oggetti personali testimoni di grandi e piccole imprese quotidiane: la mostra vuole essere un grande catalogo per raccontare la storia di un oggetto che da sempre accompagna l'uomo nella preziosa azione di conservare l'acqua. Dalla fuga in Egitto che salvò la Sacra Famiglia anche grazie a una piccola borraccia affrancata alla cintura, al mitico scambio tra i due titani Coppi e Bartali durante il Tour De France del 1952, dalle colorate varianti da scrivania e da viaggio alle versioni ipertecnologiche che hanno accompagnato gli astronauti nello spazio.



## BWT Bottle Award – Manifesto

L'acqua, il bene più prezioso. Da custodire, proteggere, conservare

L'acqua, origine della vita. Da non sprecare, da difendere, da tutelare.

La borraccia: un contenitore, un recipiente, uno scrigno. Un oggetto che fin dalla notte dei tempi accompagna l'uomo nel suo vivere quotidiano: anticamente era l'otre, poi la caraffa, la fiasca, la brocca, la fiaschetta e la bottiglia.

La borraccia, come necessità primordiale di portare con sé il liquido dal quale dipendiamo, ha segnato la storia delle civiltà e dei popoli che hanno abitato la terra.

Dopo anni di dimenticatoio, dopo la grande ubriacatura del consumismo sfrenato, che l'aveva messa in soffitta, a vantaggio di soluzioni usa e getta, tipiche della dispendiosa economia lineare, la borraccia oggi rappresenta il ritorno dell'umanità a un modello di consumo, a degli stili di vita, e a un'economia, più sostenibile e circolare.

La borraccia oggi è il simbolo di chi vuole proteggere l'ambiente e non deprenderlo, la borraccia è un modo di vivere diverso, è un gesto di attenzione, di cura e di consapevolezza. È il segnale, tangibile, concreto, che si passa di mano in mano, che si porta sempre con sé, che non si butta e non si abbandona, per dire ad alta voce che le risorse non sono illimitate, che ci tengo al posto in cui vivo e che voglio un mondo migliore, per me e per le generazioni che verranno.

La borraccia è un'abbandiera che le giovani generazioni sventolano senza ostentazione, con serenità e fermezza, con le ragioni della scienza e con la normalità della logica e della ragione, che per troppo tempo le generazioni precedenti avevano abbandonato.

La borraccia preserva e tutela, è semplice e funzionale, è un concentrato di tecnologia e di design funzionale ed ecologico, anche nelle sue forme più primitive, per questo motivo, e per tutti quelli sopra citati, sentiamo il dovere di celebrarla, di omaggiarla e di festeggiarla con la prima mostra mondiale di borracce, e con il primo Bottle Award.

Da quelle hi-tech in materiali super leggeri e indistruttibili, in grado di mantenere per giorni temperature e proprietà dei liquidi, a quelle leggendarie, che hanno fatto la storia dello sport e sono diventate simbolo di fratellanza e di umanità, da quelle degli astronauti a quelle degli esploratori polari, glorificheremo l'oggetto-borraccia e le gesta che porta con sé.

Orsù dunque, rompiamogli indugi e offriamo il meglio dell'intelligenza collettiva al pubblico che popolerà Milano durante il Fuori Salone, per lanciare forte un messaggio chiaro al resto del mondo: il cambiamento esiste ed è a portata di mano, le rivoluzioni nascono nelle nostre case, nei nostri zaini, nelle nostre borse e nelle nostre cartelle.

Le abitudini cambiano se cambiamo noi, il pianeta si salva se lo salviamo noi.

Un piccolo oggetto che esiste dalla notte dei tempi sta indicando la via.

A noi spetta seguirla.

Filippo Solibello.

## Filippo Solibello

Filippo Solibello è un autore e conduttore radiofonico che da anni cerca di salvare il pianeta Terra dalla sua più grossa minaccia: l'uomo. Dal 2011 conduce Caterpillar AM, la mattina, su Rai Radio2, mentre negli undici anni precedenti ha condotto la versione pomeridiana dello stesso programma. Nel 2005 ha inventato e lanciato, sempre a Rai Radio2, *M'illumino di meno*, la campagna sui temi del cambiamento climatico e del risparmio energetico. Molto attivo nella comunità radiofonica europea, nel 2015 ha creato RadioCity Milano, il festival mondiale delle radio. Nel febbraio 2019 è uscito il suo libro *Spam. Stop plastica a mare*. 30 piccoli gesti per salvare il mondo dalla plastica, edito Mondadori. Ogni mattina conduce la diretta per *Caterpillar AM*.

## BWT

Il Gruppo Best Water Technology (BWT) è leader europeo nel settore del trattamento dell'acqua. Il network di partner comprende 4.500 dipendenti del Gruppo, migliaia di installatori, progettisti, architetti e esperti in materia di igiene. Il centro di Ricerca e Sviluppo BWT, utilizzando metodi di ultima generazione, lavora costantemente su nuovi processi e materiali per creare prodotti ecologici e convenienti. Guardando al futuro, un elemento chiave nella lavorazione dei prodotti è la costante riduzione dell'utilizzo delle risorse impiegate e dei consumi energetici, con il conseguente abbattimento delle emissioni di CO<sub>2</sub>. Le innovazioni ad ampio raggio firmate BWT garantiscono massima sicurezza, igiene e salute nell'uso quotidiano dell'acqua - il prezioso elisir di lunga vita. Acqua potabile e acqua ultra-pura per l'industria farmaceutica, acqua per piscine, acqua per il riscaldamento e di processo, acqua per caldaie o di raffreddamento e acqua per l'aria condizionata. BWT – For You and Planet Blue indica la nostra mission: una responsabilità ecologica, economica e sociale per fornire ai nostri clienti e partner i migliori prodotti, sistemi, tecnologie e servizi in tutti i settori del trattamento delle acque e, allo stesso tempo, dare un valido contributo per preservare le risorse globali del nostro pianeta blu. [www.bwt.com/it-it/](http://www.bwt.com/it-it/)

## BWT Bottle Award – *la mia borraccia*

Spazio Vivaio8 | Showroom BWT

Via Vivaio 8, Milano

ufficio stampa ruski duski

[press@ruskiduski.org](mailto:press@ruskiduski.org)

t. +39 02 36594081