





Chi una volta nella vita non ha detto:

*“Mi dispiace buttarlo via?”*

Spesso si gettano nella spazzatura oggetti ancora utilizzabili. *Rifiuto Con Affetto* rimette in circolazione tali oggetti salvandoli dalla discarica e dalla distruzione: se qualcuno li *rifiuta con affetto* qualcun altro se ne può *riaffezionare*. Ciò che è inutile per una persona diventa utile per un'altra. RCA stimola una riflessione sullo spreco e sul gesto quotidiano del gettare nella spazzatura, mettendo in evidenza l'importanza di un rifiuto critico e consapevole.

---

## Il cassonetto RCA

Il progetto agisce attraverso il cassonetto RCA. Dotato di ante scorrevoli trasparenti e di interni suddivisi in mensole, permette di posizionare al suo interno gli oggetti *rifutati con affetto*. Attingendo all'idea di vetrina, si vuole creare una nuova relazione tra l'interno e l'esterno del cassonetto: l'azione del buttar via e quella del rovistare si trasformano in un lascia e prendi. Il luogo del rifiuto per eccellenza diventa *punto di scambio* tra oggetti che riacquistano utilità e occasione d'incontro tra persone che si *riaffezionano*.

Posizionato per le strade delle città o negli spazi pubblici (biblioteche, scuole, centri di aggregazione, ecc...), il cassonetto RCA è un armadio pubblico a disposizione di tutti i cittadini.

---

## Come agisce

RCA sensibilizza la cittadinanza ad una nuova abitudine, quella del *rifutare con affetto*. Lo studio di una comunicazione specifica per ogni situazione è necessario a trasmettere in maniera efficace gli obiettivi e le modalità d'utilizzo del cassonetto.

Accanto alla diffusione del materiale informativo, si favorirà la creazione di una rete di collaborazioni con le realtà presenti sul territorio che diverranno parte fondamentale nella gestione del progetto.

---

## Impatto ecologico

*Rifutare con affetto* e *riaffezionarsi* significa:

- \_ diminuire la quantità di rifiuti destinati all'incenerimento o all'accumulo in discarica;
- \_ allungare il ciclo di vita di un oggetto, incentivando un uso più sostenibile delle risorse;
- \_ rimettere in circolazione un bene ancora utile evitando un ulteriore consumo di materie prime.

Incoraggiando i cittadini alla pratica del riuso e del riutilizzo, RCA agisce nel pieno rispetto delle quattro priorità introdotte dal Decreto Ronchi il 05/02/1997 (<http://www.parlamento.it/leggi/deleghe/97022dl.htm>), sintetizzate nella *Politica delle 4 R*: Riduzione della quantità dei rifiuti prodotti; Riutilizzo e Riciclaggio dei materiali post-utilizzo; Recupero energetico a partire dai rifiuti. *Rifutare con affetto* e *riaffezionarsi*, sono buone pratiche, abitudini necessarie in quelle comunità che intendono mettersi in gioco e creare un nuovo modello di società più ecologica e sostenibile.

**RCA è una risposta concreta all'esigenza di sviluppare una progettualità attenta alle problematiche ambientali.**

---

## Porta RCA nella tua città

Sei un ente, un' istituzione, un' associazione, un'azienda o un semplice cittadino e vuoi realizzare *Rifiuto Con Affetto* nella tua città?

Contattaci e troveremo insieme la soluzione migliore.

---

## Dove è possibile posizionare i cassonetti RCA

- *Luoghi pubblici*: strade pubbliche, piazze, aree ecologiche, parchi, giardini pubblici, ecc.
- *Luoghi pubblici presieduti*: scuole, musei, biblioteche, centri di aggregazione, centri culturali, centri commerciali, ecc.
- *Luoghi privati*: condomini, supermercati, bar, aziende, ecc.

---

## Come comunicare il progetto

- *Manifesti, flyer, locandine*: una grafica appositamente pensata, con immagini e contenuti studiati per una sensibilizzazione del contesto interessato.
- *Incontri, conferenze, presentazioni*: fotografie, video e testimonianze per coinvolgere e riflettere sulle tematiche del progetto.

La comunicazione del progetto, parte integrante ed inscindibile dal cassonetto, è necessaria per informare il cittadino sull'utilizzo del cassonetto e viene studiata appositamente per il luogo al quale è destinata.

---

## Rifiuto con affetto è anche...

- *Laboratori didattici*. Il cassonetto RCA diventa protagonista di laboratori di sensibilizzazione sulle tematiche inerenti al progetto. *Rifutare con affetto* e *riaffezionarsi* sono buone pratiche sulle quali è possibile costruire un percorso educativo legato a: spreco, consumismo, rifiuto, ciclo di vita degli oggetti e obsolescenza programmata, riutilizzo, attenzione nella cura degli oggetti.
- *Eventi* di promozione e sensibilizzazione del progetto. Progettazione di eventi basati sull'interazione con il pubblico. La natura degli eventi sarà determinata dalle caratteristiche del contesto.

---

## Curriculum vitae

**2008 // Kilometro Rosso**, parco scientifico tecnologico, in occasione di *Bergamo Scienza*, concorso *K-idea*, idea segnalata \_ **Manifesta 7**, Biennale europea di Arte Contemporanea, *Social Art Praxis*, *Principle of Hope*, Ex Manifattura Tabacchi, Rovereto a cura di Cornelia Lauf e Adam Budak \_ **Fa' la cosa giusta**, Milano Fiera, Milano, a cura di Terre di Mezzo Eventi \_ **Tg3 Cifre in Chiaro**, Raitre; intervista televisiva \_ **Laltrolato**, Radio 2; intervista telefonica.

**2007 // Formato Famiglia**, Rai Sat2000; intervista televisiva \_ **91.ma Collettiva Bevilacqua La Masa**, Galleria S.Marco, Venezia, a cura di Angela Vettese; esposizione del cassonetto e vincita della borsa di studio della fondazione \_ **Arte in rete**, Montegrotto, a cura di Elisa Genna; esposizione di foto e video di documentazione \_ **DO rave culturale**, Do Nucleo Culturale, Faenza / presentazione del progetto \_ inaugurazione del progetto, isola della Giudecca, Venezia.

**2006 // Cominciamo bene**, Raitre; intervista televisiva \_ **Caterpillar**, Radio Due; intervista radiofonica \_ **Restart**, CZ95, Venezia, a cura di Fondazione Enrico Mattei / presentazione del progetto.

---

## Rassegna stampa

**2008 // Il Giornale dell'energia**, *Petrovilla news*, n. 4, settembre, pag.X \_ **Hi-Tech Ambiente**, n. 6, luglio/agosto, pag.38 \_ **Flash Art**, *Speciale Veneto*, giugno/luglio, pag.94 \_ **Exibart.manifesta**, giugno/luglio, pag.3 \_ **Casa Naturale**, luglio/agosto, pag.110 \_ **Casa Facile**, agosto, pag.124 \_ **La Gazzetta dello Sport**, 2 agosto pag.36 \_ **Vida Simples**, Brasile, marzo \_ **Gente**, febbraio, pag.58-59

**2007 // Glamour**, novembre, pag.198 \_ **La Repubblica**, *D Lab*, 3 giugno, pag.32 \_ **Casaviva**, ottobre, pag.70 \_ **Gazzettino di Venezia**, 5 aprile, pag.2

---

## Pubblicazioni

— **Nostra Eccellenza.** *L'Italia che reagisce. Sindaci, imprenditori, insegnanti, preti, vigili urbani, medici. Cittadini.*

Autori: Massimo Cirri e Filippo Solibello.  
Editore: Chiarelettere 2008

— **Manifesta 7.** *Index.*

A cura di: Budak A., Franke A., Peleg H.  
Editore: Silvana Editoriale 2008  
catalogo della mostra  
Trentino, 19 luglio-2 novembre 2008

— **91.ma Collettiva giovani artisti.**

Fondazione Bevilacqua La Masa  
catalogo della mostra  
Venezia, 2007



---

## RCA è un progetto di Publink

*Tra arte e pubblico nel quotidiano.*

*Publink* è un gruppo artistico formato da *Roberta Bruzzechesse, Maddalena Vantaggi* e *Maria Zanchi*, che ha l'obiettivo d'indagare le potenzialità del linguaggio dell'arte, esplorando i limiti tra spazio pubblico e privato, tra collettività ed individuo nel quotidiano.

*Publink* propone strategie di azione capaci di formulare nuove possibili letture dello spazio pubblico, attraverso progetti studiati per contesti specifici: urbani ed extraurbani.



---

[www.rifiutoconaffetto.it](http://www.rifiutoconaffetto.it)  
[info@rifiutoconaffetto.it](mailto:info@rifiutoconaffetto.it)

---

Publink snc  
Via Ottoni, 17  
62024 Matelica (MC)  
p. iva 01647590437

