

## Il futuro di cultura e tempo libero / The future of culture and leisure

Edward Burtynsky, *Benidorm*  
#2, Spain, 2010

Testo / Text Edward Burtynsky



La vista sull'oceano ci attira perché davanti a noi si apre un paesaggio visivamente interessante, che offre un panorama sempre diverso ma lineare. Ogni anno, circa 10-15 milioni di turisti visitano Benidorm, una piccola città sulla costa spagnola nei pressi di Alicante. Il turismo rappresenta l'11,6 per cento del PIL del Paese, generando una cifra pari a 155.946 milioni di euro nel 2022. Per soddisfare una tale richiesta, il potente settore turistico di questa cittadina ha sviluppato un modello ad alta densità di appartamenti per vacanze noto come *tourist blocks*, complessi di grandi dimensioni che sono diventati un suo tratto caratteristico. Sebbene Benidorm sia considerata una delle destinazioni primarie per l'escursionismo di massa, sono state proposte argomentazioni convincenti sui vantaggi sociali ed ecologici di uno sviluppo ad alta densità: città come New York sono più efficienti di metropoli tentacolari come Los Angeles. Ecco allora come a Benidorm la lunghezza delle reti idriche risulti ridotta, limitando così le perdite complessive. In termini di consumo, qui un appartamento richiede meno acqua di qualsiasi tipo di camera d'albergo, cinque volte meno di una villa con giardino e piscina. Inoltre, la Regione ha stipulato un accordo con gli agricoltori locali per l'uso di acque grigie per l'irrigazione in cambio di acqua pulita. Sebbene una villa isolata possa sembrare più indicata per una vacanza a contatto con la natura, i complessi ad alta densità di Benidorm sono eccellenti modelli potenziali per un turismo di massa sostenibile, tanto che la città è diventata la prima Smart Tourist Destination del mondo.

• Ocean views draw people through a landscape of visual release, providing an ever-changing yet uncomplicated vista. Each year, between 10 and 15 million tourists visit Benidorm, a small resort city on Spain's Alicante coast. In Spain, tourism accounted for 11.6 per cent of the country's GDP in 2022, reaching approximately 155,946 million euros. To accommodate this demand, Benidorm's dominant holiday industry has developed a high-density model for vacation apartments known as "tourist blocks" – high-rise apartment complexes that have become a defining feature of the city. While Benidorm is considered the premiere destination for vulgar mass tourism, persuasive arguments have been made for the social and ecological advantages of high-density vacation development. Much in the same way that dense cities such as New York are more efficient than sprawling cities such as Los Angeles, Benidorm's density has reduced the length of water supply networks, thus reducing overall leakage. In terms of water consumption, a Benidorm-style apartment requires less water than any type of hotel room, and five times less than a villa-style house with a pool and garden. Additionally, the region has worked out an agreement with local irrigation farmers to exchange grey water for irrigation purposes in exchange for clean water. While an isolated villa may seem more conducive to a holiday connection with nature, the high-density block-style complexes of Benidorm are excellent potential models for sustainable mass tourism. The city's sustainability efforts have led to it becoming the world's first Smart Tourist Destination.

ED

LVM FOCUS WORKSPACE

## La trasformazione dei luoghi di lavoro è una metafora formidabile del cambiamento che sta investendo le nostre società / The transformation of the workplace is a powerful metaphor for the changes that our society is facing

Testo / Text Walter Mariotti



Perché la trasformazione dell'ufficio è importante? Perché corrisponde, prima di tutto, alla trasformazione del lavoro. Non solo delle sue pratiche, dei suoi ritmi, delle sue connessioni, ma soprattutto della sua idea. Perciò, Domus dedica un approfondimento allo stato dell'arte dell'ufficio, perché questo resta il simbolo tangibile, e al tempo stesso la metafora, del concetto di lavoro, della sua consistenza e forse anche della sua reale possibilità di avvenire e trasformare il mondo. Dopo anni di teorizzazione della "fine del lavoro", che ovviamente corrispondeva alla fine dei posti e dei luoghi del lavoro, ora lo scenario è drasticamente cambiato, anche se non in meglio. Oggi, la cosiddetta intelligenza artificiale, pone temi radicali a cui né politica né economia né, soprattutto, teoria sanno rispondere. Di fronte a questa alasia, solo un fatto resta certo. Nei prossimi dieci anni, moltissimi dei lavori che conosciamo - soprattutto quelli che avevano una loro rappresentazione negli uffici - non ci saranno più. Scomparento. Per sempre. Lasciando questi spazi all'immaginazione e al

declino. Anche per questo, il lettore su come sta cambiando il lavoro è un buon esercizio che in queste pagine affrontiamo attraverso le nuove organizzazioni degli elementi spaziali. La trasformazione dei luoghi, infatti, non è solo uno dei principali strumenti funzionali nell'esperienza professionale, ma soprattutto un'immagine efficace del cambiamento dell'idea del lavoro, della trasformazione culturale del lavoro nella nostra società. E quindi di noi stessi. Prima di lasciarvi alla lettura, però, voglio proporre un breve cammino inverso, che guardi avanti tornando indietro. Oggi, tutta l'evoluzione dell'ufficio tende a eliminare il disagio, la fatica e lo sforzo, concentrandosi sulla catalizzazione delle positività. In realtà, però, questo è un tema perché "lavoro" deriva dal latino *labor*, che significa "fatica", "disagio", "sofferenza", proprio come si legge nella *Genesis*. Ma lavoro è anche il greco *pónos*, che nel latino si traduce *opus* e si fa tradurre come "opera", "pena", "afflizione", "traversia" e addirittura "male". Soltanto trastulli filologici? Non proprio se anche Hannah Arendt arriva a sostenere una radice malvagia del lavoro, riconducibile direttamente all'abbandono, alla "miseria", al "bisogno". In realtà, sia nella tradizione greca sia latina richiama la radice indoeuropea *pen*, che si riferisce all'ondeggiamento, al vacillamento, alla caduta. La fine del lavoro come lo conosciamo e la trasformazione del luogo di lavoro dovrebbero così comportare la fine di ogni difficoltà, di ogni disagio, di ogni sicurezza e timore. Sarà davvero così? Inseguendo il luogo di lavoro nelle sue affascinanti radici si arriva però anche ad altri due termini greci *chrémata*, che vale "sostanze", "ricchezze" e "beni", prodotti appunto tramite il lavoro, ed *ergasia*, che in latino suona *negotium* e indica l'attività intesa come ossanza di tranquillità, di stasi, ovvero l'opposto dell'*otium*, il tempo della riflessione, della contemplazione, dell'ascesi. È interessante qui vedere come la nuova dimensione degli uffici per creare valore, ovvero beni materiali e immateriali, mette insieme queste due realtà, spingendole verso quella pratica

antica che Platone dell'insica *Epimèlêo heautûs*, la cura del sé, che dopo aver attraversato tutto la concezione classica viene assorbita da quella cristiana, riassumendosi nella regola benedettina dell'ora et *labora*. Il Cristianesimo medievale stigmatizzerà le due attività fondamentali del genere umano, quella necessaria per la sopravvivenza nel mondo e quella indispensabile per il raggiungimento dell'altro mondo, il mondo vero, l'unico che però dovrà essere guadagnato attraverso la frequentazione non solo dei luoghi della preghiera - i boschi, i deserti, le chiese, i conventi - ma soprattutto di quelli del lavoro, dell'impegno dell'attività produttiva. Alla luce dell'ergasia, asceti francescani e mondanità gesuitica, predestinazione agostiniana e merito pelagiano appaiono come facce opposte della stessa medaglia, di una medesima *pragmatia* salvifica che trova nei luoghi di lavoro il proprio *ubi consistam*. Infine, il dualismo *otium negotium* che pare esaurirsi nel rinascimento di Marsilio Ficino - per cui il lavoro trasforma il mondo attribuendogli l'umanità dell'uomo e l'estetica della bellezza divina - torna in auge nella modernità. Trasformando i metodi della produzione capitalistica, infatti, la rivoluzione industriale li ripropone come dicotomia tra produzione e consumo, o meglio tra tempo di produzione, detto orario di lavoro, e tempo di consumo, il cosiddetto tempo libero. È in questo punto preciso, però, che fattuale trasformazione dell'ufficio appare in tutta la sua forza rivoluzionaria. Capace di produrre sempre di più e meglio in un tempo sempre minore, l'uomo della Quarta rivoluzione industriale ha a disposizione non solo una gamma di consumi sempre crescente, per così dire un *otium* apparentemente infinito, ma trova nell'ufficio un luogo in evoluzione che massimizza la sua parte creativa, diminuendo così gli attriti e i residui inerziali dell'antico lavoro, del *negotium*. Come prospettiva non pare male, come realtà vedremo presto.

■ Why is the transformation of the office so important? Because it corresponds, first and foremost, with a transformation in work. Not only of its practices, rhythms and concessions, but above all of its very idea. This is why Domus is dedicating a focus to the state of the office, which remains both a tangible symbol and a metaphor of the concept of work, of its substance and, perhaps, also of its true future possibilities to change the world. After years of theorising over the "end of work", which obviously corresponded with the end of jobs and workplaces, the scenario has now drastically changed, although not, for the better. Nowadays, so-called artificial intelligence is posing radical questions that neither politics, nor economics nor, above all, theory, seems able to answer. In the face of this aphasia, only one thing is certain. Over the next ten years, many of the jobs that we know - above all those that usually took place in an office - will disappear. They will cease to exist. Forever. Leaving space for imagination or for decline. It is also for this reason that it is good practice to reflect on how work is changing, and over the pages that follow, we will do so through new ways to organise spatial elements. The transformation of the workplace is, in fact, not only one of the main functional tools with regards to the experience of work, but above all it provides an effective image of a change in the idea of work, of the cultural transformation of work in our society, and therefore a transformation of ourselves. Before leaving you to continue with your read, I would like to propose a brief trip in the opposite direction, looking forward while taking a step back. Nowadays, the evolution of the office tends to aim to eliminate distress, hardship and effort, concentrating on generating positivity. However, in reality, this is topical, as the very word "labor" comes from the Latin *labor*, which translates as "hardship", "distress" and "suffering", as it does in *Genesis*. Yet work is also the Greek *pónos*, which is translated in Latin into *opus*, and in turn is translated as "opera",

ED



© Getty Images/Contrasto, D. Dini, M. Ricci - Epoca/Contrasto

'punishment', affliction, hardship and even evil'. Just philological tinkering? Not really, considering that even Hannah Arendt maintained the existence of an evil root to work that could be traced directly back to 'abandon', misery and 'need'. In reality, both Greek and Latin echo the Indo-European root *pen*, from which stem stumble, transgress and fall. The end of work as we know it, and the transformation of the workplace, should lead to an end of all difficult, all distress, all certainty and fear. Will this be the case?

However, tracing the workplace back to its fascinating roots, we come to another two Greek terms: *chrēmata*, which means 'things', money, 'possessions', which are, in fact, gained through work, and *ergasia*, which in Latin becomes *negotium* and indicates an activity understood as the absence of tranquility and of stasis, the opposite of *otium*, time for reflection, contemplation and asceticism. It is interesting to see, here, how for the creation of value, i.e., both material and immaterial assets,

the new dimension of the office brings together these two aspects, leaning towards the ancient practice that Plato defined as *epimēleia heautou*, self care, which from its classic conception was absorbed by Christianity and summed up in the Benedictine slogan of *ora et labora*. Medieval Christianity was to stigmatise the two fundamental activities for humankind, one necessary for worldly survival and the other essential in order to reach the other realm, the true, unique world, which had, however, to be achieved not only through attendance in places of prayer – forests, deserts, churches, convents – but above all in places of work, of diligence and of productivity. In light of *ergasia*, Franciscan asceticism and Jesuit worldliness, Augustinian predestination and Pelagian merit appear as two sides of the same coin, of the same redeeming pragmatika that finds, in the workplace, its own *ubi consistam*. Lastly, the dualism of *otium/negotium*, which seems to have disappeared with the Renaissance of Marsilio

Ficino – for whom work transformed the world with the humanity of mankind and the aesthetics of divine beauty – is once again popular in modern times. In transforming the capitalist production, the industrial revolution re-proposed it as the dichotomy between production and consumption, or rather between time for production, i.e., work time, and time for consumption, so-called free time. It is at this precise point, however, that the current transformation of the office appears with all its revolutionary power. Able to continuously produce ever more and ever better in ever shorter amounts of time, the people of the fourth industrial revolution not only have access to a growing range of forms of consumption, one may say an apparently endless *otium*, but also have, in the office, an evolving place that maximises creativity and thus reduces the friction and the residual inertia that characterised ancient work, *negotium*. As a possibility, this doesn't seem so bad, we will soon see what the reality is.

Pagina a fronte: uno scorcio dello showroom Citterio nella sede di Sirone (LC). Sopra: René Magritte, *Golconda*, 1953, olio su tela, 81x100, the Merrill Collection, Houston, Texas. Forse opera più celebre del pittore belga, trasmette l'angoscia che deriva dalla routine e dall'omologazione, specialmente nel campo del lavoro

• Opposite page: a view of Citterio's showroom in Sirone (LC). Above: René Magritte, *Golconda*, 1953, oil on canvas, 81x100, the Merrill Collection, Houston, Texas. Perhaps the Belgian painter's most famous work, it conveys the anguish that comes from routine and homologation, especially in the sphere of work

LX FOCUS WORKSPACE



**L'ambiente di lavoro cambia di pari passo con i paradigmi professionali e non soltanto. Per questo, oggi, i requisiti fondamentali riguardano il benessere dei dipendenti, la flessibilità e i servizi accessori**

Testo / Text **Valentina Croci**

Sicurezza psicologica e attenzione agli spazi per il relax o la decompressione. Fruibilità e comfort delle sedi e *work-life balance* sono gli aspetti più ricorrenti nelle indagini condotte per la classifica "Best Workplaces 2023" di Great Place to Work, società di consulenza manageriale presente in 60 Paesi e specializzata, tra gli altri ambiti, nell'analisi dell'esperienza lavorativa. "Il 7 per cento dei collaboratori delle aziende da noi analizzate", spiega Valentina Maserati, employer branding, communication & event manager, "dichiara che la sede in cui lavora contribuisce alla creazione di un buon ambiente". E punta faccetto sui servizi. Come nel caso di azienda che, consapevole della distanza dell'ufficio dal centro città, hanno predisposto numerosi servizi in sede - dalla lavanderia all'osteopata - che fanno parte meno la posizione poco strategica. L'ascolto e l'analisi della *employee experience* e la progettazione degli spazi sono infatti strettamente legati. Diventano una leva, anche commerciale. La sede lavorativa può generare consapevolezza, quindi conoscenza del marchio anche parlando dalla popolazione interna attraverso la

cosiddetta *employee advocacy* quando, per esempio, un collaboratore parla bene del proprio impiego ad amici e conoscenti o racconta i servizi di cui ha usufruito in azienda. Passando invece agli aspetti migliorabili emersi dall'inchiesta, Maserati racconta che "il 12 per cento sottolinea la necessità di avere più sale riunioni, evidenzia un eccessivo inquinamento acustico e spazi troppo affollati e manifesta l'esigenza di avere più aree per momenti di aggregazione e un microclima interno migliore, con più verde". Alessandro Adamo, direttore di DEGW, azienda britannica che opera nella progettazione dell'ufficio da 50 anni, presente in Italia dal 1999 e oggi integrata in Lombardini22, spiega come l'ufficio sia una realtà complessa, non riconducibile a tipologie o a slogan d'effetto. "Nonostante da anni abbracciamo concetti come lo *shoring desk* o la non territorialità", spiega, "tuttora riceviamo spesso la richiesta di una postazione per ciascuna persona. Ci sono, però, anche realtà che, al contrario, vogliono implementare lo *smart working*. In ogni caso, l'ufficio deve essere un luogo che non obbliga, ma che si sceglie perché attrattivo. Ciò è possibile, oltre che

attraverso la funzionalità e le dotazioni tecnologiche, grazie al comfort: luce, acustica, varietà spaziale e visiva, verde, calore, brandizzazione. L'ufficio deve attrarre in quanto aggregatore relazionale, cioè luogo in cui sviluppare competenze sociali, più che tecnico-professionali. Oggi stiamo lavorando sulle cosiddette *core experience*, cioè spazi in cui i clienti si immergono in un'atmosfera. Da diversi anni integriamo le neuroscienze nella progettazione a monitorare le attese emotive degli utenti in un determinato spazio. Inoltre, lavoriamo sulla ristorazione, che dalle classiche mense è passata ad aperture *free flow*, sugli auditorium, che da grandi spazi monofunzionali sono sempre più riconfigurabili e polivalenti, e su mini-studi televisivi, dove le aziende possono collegarsi in modo interattivo con l'esterno o fare *broadcasting*. Allo stesso tempo, la città entra con i suoi servizi all'interno degli uffici e le due realtà si stanno componendo". La trasformazione dell'azienda non è soltanto uno dei principali strumenti funzionali nell'esperienza del luogo di lavoro, ma anche una manifestazione

del cambiamento culturale della nostra società. Lo racconta Christian Faggioni, direttore generale di Frezza, azienda che quest'anno festeggia 70 anni di attività con una collezione di arredi progettata da Stefano Boeri Interiors, pensata soprattutto per i millennial. "Se negli anni Settanta il principale cambiamento è stato apportato dall'*open space* e nei due decenni successivi dalla differenziazione tipologica degli arredi con l'introduzione dell'ufficio direzionale, nell'ultimo ventennio ciò che più si è trasformato è stata la postazione operativa di lavoro. Essa si è ridotta in dimensioni e profondità grazie alla miniaturizzazione del personal computer, del monitor e della strumentazione da tavolo come stampanti e telefoni. Inoltre, la diffusione del WiFi ha consentito di superare i limiti dei cabloggi elettrici. Anche la digitalizzazione dell'archivio ha liberato intere aree degli ambienti lavorativi, tanto che oggi potremmo avere solo postazioni libere e *cooler* personalizzati per i dipendenti. Se nell'ultimo quarantennio è stata la tecnologia a dettare gli standard per l'arredo da ufficio, oggi i fattori che più incidono sono legati alla generale

ED



qualità dell'ambiente di lavoro. Oltre ai servizi, incidono la salubrità dell'aria, l'acustica, l'illuminazione e la sostenibilità dell'edificio, fattore quasi ultimo cruciale nella progettazione degli arredi. In Frozza facciamo ricerca sui materiali a tutti gli effetti ecosostenibili, di conseguenza, facilmente riciclabili. Nell'ultima collezione Mux70 abbiamo introdotto un'eco-matita che, attraverso un processo di ionizzazione, ripulisce l'aria interna. L'innovazione rientra nell'idea che al centro dello spazio costruito ci sia sempre il benessere della persona. Mux70 si caratterizza attorno ai bisogni dei Millennials che sono la generazione oggi al lavoro: velocissimi nelle decisioni, ottimizzatori di tempo e abituati ad avere risultati immediati. Per loro abbiamo pensato ad arredi che si trasformano assecondando la giornata lavorativa e a sistemi di separazione che suddividono gli spazi creando aree di privacy per fare ginnastica, per esempio, con contenitori dove inserire l'attrezzatura. Gli ambienti di lavoro spesso trovano forme di barriera o di contaminazione con i luoghi della quotidianità. Mux70 esprime, attraverso un sistema di

prodotti, il concetto di spazi a geometrie variabili", spiega Giorgio Danò, direttore di Stefano Boeri Interiors. "Gli arredi devono saperli adattare ed evolvere ai ritmi e ai tempi del lavoro del futuro, sempre più dinamico e flessibile, dove la tecnologia e il digitale si sostituiscono alla carta e agli strumenti analogici. L'ufficio diventerà una collezione di oggetti in grado di offrire e suggerire nuovi usi, trasformandosi e adattandosi ad attività sia individuali sia in condivisione e offrendo nuove funzioni". L'acustica è un aspetto da considerare nella progettazione degli uffici in quanto ha una forte incidenza sul benessere delle persone negli spazi condivisi. "Gli uffici moderni richiedono diversi approcci in fase di progettazione", aggiunge Giorgio Cairi, condirettore di Cairi Brevetti. "Le aree operative sono spesso caratterizzate da ampia metratura e da molte scrivanie. In questi casi è importante saper gestire sia la parte acustica sia l'illuminotecnica per raggiungere un buon livello di benessere. Le sale riunioni e gli uffici direzionali, invece, necessitano di una maggior privacy e di un'acustica ben bilanciata per comunicare al meglio sia con le persone presenti sia

con quello in videochiamata". In questi casi un grosso aiuto arriva dall'uso di tende acustiche che permettono di controllare contemporaneamente la luce e il suono con grande discrezione. In caso di ambienti multiuso occorre valutare le diverse attività: se un ambiente prevede l'uso come ufficio e sala riunioni si opterà per la maggiore intelligibilità del suono, punto di comune interesse; se invece l'ambiente è usato sia per conferenze sia per eventi, si opterà per assolvere al meglio la prima funzione, che ha problematiche più delicate rispetto alla seconda. Per adeguare l'acustica, si utilizzano schermi divisorii o totem facilmente spostabili. "Il progetto deve avere un approccio olistico", conclude Cairi. "La gestione del suono è sì un obiettivo, ma sono importanti anche la luce, la qualità dell'aria e l'inquinamento elettromagnetico. Sulla tecnologia non ammettiamo compromessi e puntiamo sempre alla prestazione migliore facendo molta ricerca nei nostri laboratori Open Lab. Il design, però, deve paradossalmente occultare tutti i contenuti tecnologici mostrando solo il lato empatico degli oggetti".

**Pagina e fronte:** Mux70 è la collezione di arredi per ufficio direzionale disegnata da Stefano Boeri Interiors per celebrare i 70 anni dell'azienda e derivata dalla storica collezione Mux lanciata da Frezza nel 1984. **In questa pagina:** BOOM, il nuovo Innovation Center nato a Osteria Grande (BO) dalla collaborazione tra Crif, azienda specializzata in sistemi informativi di credito e business e Fondazione Golinelli, istituto specializzato in formazione, educazione e ricerca. Inaugurato a fine 2023, il progetto è stato curato da DEGW e prevede aree esperienziali e immersive attrezzate con strumenti di realtà virtuale

• **Opposite page:** Mux70 is a collection of executive office furniture designed by Stefano Boeri Interiors to celebrate the 70th anniversary of the company, and is based on the famous Mux collection launched by Frezza in 1984. This page: BOOM, the Innovation Center established in Osteria Grande (BO) from the collaboration between Crif, a company specializing in credit and business information systems, and Fondazione Golinelli, an institution specializing in education, training, and research. Inaugurated at the end of 2023, the project was curated by DEGW and features various experiential and immersive spaces equipped with virtual reality tools



**Workspace is changing in line with professional paradigms, as well as other factors. For this reason, the fundamental requirements now concern employee wellbeing, flexible use and ancillary services**



Testo / Text **Valentina Croci**

In questa pagina. In altre due immagini dello showroom Citterio nella sede dell'azienda a Sironè (LC). Gli ambienti, rinnovati nel 2023, sono organizzati in modo da offrire soluzioni versatili per diversi contesti di lavoro, tra cui aree riunioni, uffici direzionali e operativi, workstation, zone lounge e phone booth. Al centro: uno scorcio del TClub di Tecno a Milano, all'interno del complesso dei Caselli Dazieri e dell'Arco Trionfale di Porta Garibaldi. Si tratta di uno spazio ibrido, attrezzato con sale riunioni, aree per confronti ristretti, angoli per la concentrazione individuale, postazioni che favoriscono la collaborazione, lounge e aree per il networking

■ This page. Top: two images of the Citterio showroom in the company headquarters in Sironè (LC). Renovated in 2023, the spaces are organised to offer versatile solutions for a range of working situations, including meeting rooms, executive and operative offices, workstations, lounge areas and phone booths. Centre: a view of the Tecno TClub in Milan, in the Caselli Dazieri and Porta Garibaldi Triumphal Arch complex. It is a hybrid space, set up with meeting rooms, corners for more intimate discussion and individual focus, workstations that favour collaboration, lounges and networking areas

Psychological security and a focus on spaces for relaxation and decompression, office usability and comfort and work-life balance are the aspects that come up most often in the surveys carried out for the "Best Workplaces 2023" rankings drawn up by Great Place To Work, a management consultancy company with offices in 60 countries and specialised, among other things, in the analysis of the experience of work. "7 percent of workers in the companies that we analysed", explains Valentina Moserati, employer branding, communication & event manager, "claim that the office in which they work contributes to creating a positive environment". There is a particular focus on services. There are cases of companies that, aware of the distance between the office and the city centre, have provided for numerous on-site services, from laundries to osteopaths, thus rendering the less-than-strategic position easier to deal with. Listening to and examining employee experience is, in fact, closely related to the planning of space. It has become an incentive, at times commercial. A workplace can generate awareness, and thus knowledge

of the brand, beginning with its internal population through so-called employee advocacy when, for example, a worker speaks in positive terms about their job with friends and acquaintances or talks about the services they use in the company. Moving on to areas for improvement highlighted by the survey, Moserati explains that "12 percent highlight the need for more meeting rooms, demonstrating excessive noise pollution and overcrowded spaces, and manifest a demand for more areas for moments of aggregation and a better internal micro-climate, with more greenery". Alessandro Adamo, director of DECOM, a British planning business for 60 years and that has operated in Italy since 1999, now forming part of Lombardini22, explains that the office is a complex entity that cannot be categorised by type or represented by attention-grabbing slogans. "Despite having embraced concepts such as the sharing desk or non-territoriality years ago", he continues, "we still often receive requests for one workstation per person. There are, however, some organisations that, on

the contrary, want to implement smart working. In any case, the office needs to be a place that is not an imposition, but that is chosen because it is attractive. As well as through functionality and technology, this is also rendered possible through comfort: light, acoustics, spatial and visual variety, plants, warmth and branding. An office needs to attract for its role as a place of aggregation, i.e. a place where social, more than technical-professional, skills can be developed. We are now working on so-called 'experience areas', in other words spaces in which clients are immersed in a particular atmosphere. For some years now, we have been integrating neuroscience into planning, a field that greatly helps technology to monitor the emotional expectations of users in a determined space. We are also working on catering, which has shifted from the in-line model (the classic canteen) to free flow spaces, on auditoriums, which rather than being large single purpose areas, are increasingly recent, configurable and multi-purpose, and on mini TV studios, where companies can interactively connect with the outside world or create broadcasts. At the same time, the city is coming into



In questa pagina: soluzioni per l'ufficio di Cairi. A destra: La tecnologia Snowsound Fiber è basata su morbide fibre di poliestere ignifugo che riducono il riverbero sonoro per una migliore acustica agli ambienti. Sotto, da sinistra: Snowall è il rivestimento composto da fibre di poliestere al quale viene applicato il tessuto Snowsound Fiber mediante un particolare sistema di fissaggio a caldo; all'interno del quartier generale BMW di San Donato (MI), gli spazi curati da GBPA e attrezzati con le tende Snowsound

• This page: office solutions by Cairi. Right: The patented Snowsound Fiber technology is based on soft fireproof polyester fibres that reduce reverberation to improve acoustics. Below, from left: Snowall is the polyester-fibre cladding to which the Snowsound Fiber fabric is applied, using a special hot-bonding system; in the BMW headquarters in San Donato (MI), the interiors designed by GBPA and fitted with Snowsound curtains



the office via services, and there is co-penetration between the two realities". The transformation of furnishings is not only one of the main functional tools for workplace experience, but also an expression of the cultural shifts in society. This is explained by Christian Foggiani, director general of Frezza, a company that, this year, is celebrating its 70th anniversary with a furniture collection designed by Stefano Boeri Interiors and targeted above all at millennials. "While in the Sixties, the most important change was the shift to open space, with the following two decades seeing a differentiation in furniture types, with the introduction of the executive office, the last twenty years have been characterised by transformation in operational workstations. These have shrunk in both dimension and depth thanks to the miniaturisation of the personal computer, monitors and table-top equipment such as printers and faxes. Furthermore, the widespread presence of Wi-Fi has allowed limitations set by electrical cables to be overcome. Archive digitalisation has freed up entire areas within the working environment,

to the extent that we can now have free workstations and personal lockers for staff. While over the last forty years, technology has set the standard for office furniture, the most important factors nowadays are related to the general quality of workspace. As well as services, other important factors include healthy air, acoustics, lighting and building sustainability, the latter playing a crucial role in furniture design. At Frezza, we research materials that are ecologically sustainable to all effect, and which are, consequently, easy to recycle. In the latest collection, Mux70, we have introduced an eco-mortar that cleans inside air through a process of ionisation. Innovation forms part of the idea that constructed space is always focused on personal well-being. Mux70 is based on the needs of millennials, who are the current working generation; they make quick decisions, optimise time and are used to getting immediate results. We have design furniture for them that can be transformed in line with the working day, and partition systems that subdivide, creating areas for privacy where they can work out, for example, complete with spaces for equipment". Working

environments are often hybrid in nature, characterised by contamination with other areas of daily life. "Through a series of products, Mux70 expresses the concept of geometrically variable space", explains Giorgio Danà, director of Stefano Boeri Interiors. "Furniture needs to be able to adapt and evolve in line with the tempo and rhythm of future forms of work, where technology and digital tools take the place of paper and analogical instruments. The office will become a collection of objects capable of offering and suggesting new uses, transforming and adapting to both private and shared activities and offering new functions". Acoustics are an aspect to consider when designing office space, as it has a significant effect on the well-being of people who share space. "Modern offices require a range of approaches in the planning stage", adds Giorgio Cairi, the co-director of Cairi Brevetti. "Operative areas are often spacious, with many desks, and in these cases, it is important to be able to manage both acoustics and lighting in order to achieve a good level of wellbeing. Meeting rooms and executive offices, on the contrary, require more privacy and balanced acoustics that

allow better communication both with people on site and via video calls". In these cases, acoustic curtains offer significant advantages, allowing both light and sound to be controlled in a discrete manner. In the case of multi-purpose areas, consideration needs to be made of the various activities; if an area is to be used as office and meeting space, then the focus will be on rendering communication intelligible, a need in both cases. If, instead, the environment is used for both conferences and events, the focus will be on the former, as this presents more complex problems than the latter. Partition screens or lanterns that are easy to move can be used to adapt the acoustics. "Planning needs to have a holistic approach", concludes Cairi. "Sound management is of course a goal, but lighting, air quality and electromagnetic pollution are also important aspects. We make no compromises when it comes to technology, and we always aim for improved performance by carrying out extensive research in our Open Lab laboratories. Paradoxically though, design needs to be able to hide all technological content, only showing the empathic side of objects".

