

# us

N° 3.11

## WORKPLACE - CONTRACT DESIGN - MANAGEMENT

il Sole 24Ore S.p.A. - via C. Pisaneschi, 1 - 20121 Milano (MI)  
POSTE ITALIANE S.p.A. - SPED. IN A.P. DL 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, DDB Fori

**ufficiostile**

DAL 1968 RIVISTA PROFESSIONALE LEADER / SINCE 1968 LEADING PROFESSIONAL MAGAZINE

**Design**

Showroom: new openings and trends – ADI Compasso d'Oro

**Workplace**

Dossier comfort acustico – Neocon: report

**Contract**

Illuminazione ad alte performance – High performance lighting

**Management**

Progetti per L'Aquila degli studenti di Michele De Lucchi  
Real Estate italiano e investitori esteri

# T\_up, RESPONDING TO CHANGE



Image - Engram Studio - www.egram.it

Vieni a vedere **T\_up** nei nostri showroom:

Haworth Creative Center • Piazza Castello 19 • 20121 Milano  
Haworth Creative Center • Eur Piazza Marconi 14E • 00144 Roma

Haworth S.p.A • Via Einstein 63 • 40017 San Giovanni in Persiceto • BO



L'unica certezza dei luoghi di lavoro del 21° secolo è la presenza del cambiamento.

La diversificazione delle realtà aziendali si riflette nella diversificazione degli spazi di lavoro, dove confluiscano diverse culture organizzative e diversi stili lavorativi.

In risposta a ciò Haworth ha sviluppato **T\_up**, un **sistema di scrivanie estremamente semplice da installare e adattare nel tempo alle nuove necessità lavorative**:

concepito come un'intelligente piattaforma con un numero ridotto di parti, T\_up consente di realizzare scrivanie, tavoli riunioni e soluzioni bench, con la possibilità di integrazione con elementi di archiviazione.

**T\_up** contribuisce alla salvaguardia dell'ambiente ed alla **certificazione LEED** del progetto grazie all'utilizzo di **materiali riciclati** ed alla **riciclabilità del prodotto**.



Haworth Italia è Socio Ordinario  
del Green Building Council Italia.

# US

## La rivista trimestrale per la progettazione e la gestione degli spazi collettivi.

La rivista trimestrale esprime e riflette i cambiamenti degli stili di vita, le trasformazioni degli ambienti lavorativi e dei luoghi di vita sociale; analizza le evoluzioni tecnologiche del building, ampliando i campi di interesse ai settori più vivaci quali il contract e il real estate, come sempre con il contributo scientifico e tecnologico dei più validi esperti. Oltre alla rivista da segnalare il sito [www.ufficiostile-online.it](http://www.ufficiostile-online.it) e US News l'e-magazine mensile.

SPEDISCA OGGI STESSO IL COUPON DI ABBONAMENTO SPECIALE, COMPLETO DI TUTTI I SUOI DATI

# US

WORKPLACE - CONTRACT  
DESIGN - MANAGEMENT

DAL 1968 RIVISTA PROFESSIONALE LEADER / SINCE 1968 LEADER PRO

us award 2009 Numero speciale Special issue  
Workplace: innovazione e qualità Workplace: innovation and quality  
Vincitori e partecipanti Winners and competitors  
Interior design, architecture, wood@work, color@work  
Comfort seating Best seating award 09  
Nayada Archicontest award 09

Abbonamento  
annuale  
**4 NUMERI**  
solo  
**12,00**  
euro

## US COUPON DI ABBONAMENTO SPECIALE

**Sì,** approfitto subito di questa occasione per abbonarmi per un anno a US al costo di 12,00 euro. Il mio abbonamento decorrerà per 12 mesi a partire dal primo numero raggiungibile.

### DATI ANAGRAFICI

US11T

RAGIONE SOCIALE

CELLULARE

CORTESE ATTENZIONE

E-MAIL

INDIRIZZO

PARTITA IVA   
e  
CODICE FISCALE

CAP CITTÀ

PROV. TELEFONO

ATTENZIONE!  
CAMPI OBBLIGATORI

### ADERIRE ON LINE È FACILE

<http://offerte.ilsole24ore.com/us>



### I VANTAGGI DI SHOPPING24

- ATTIVAZIONE IMMEDIATA
- NESSUNA CODA ALLO SPORTELLO
- NESSUNA COMMISSIONE POSTALE

### CONCORSO

Aderendo on line ha diritto a partecipare all'edizione 2011 del concorso "Abbonati&Vinci" [www.abbonativinchi.ilsole24ore.com](http://www.abbonativinchi.ilsole24ore.com)



### ADESIONE TELEFONICA

È possibile sottoscrivere l'abbonamento con carta di credito chiamando il numero 02.3022.6520

### ADESIONE VIA FAX. Non invii denaro ora!

Riceverà il bollettino di CCP direttamente al suo recapito



Invviare il coupon via fax al numero **02 3022.6521**

**Clausola contrattuale:** la sottoscrizione dell'offerta dà diritto a ricevere informazioni commerciali su prodotti e servizi del Gruppo "Il Sole 24 ORE". Se non desidera riceverle bari la casella ☐

**Informativa ex D.Lgs. 196/03:** Il Sole 24 ORE S.p.A., Titolare del trattamento, tratta i dati personali liberamente conferiti per fornire i servizi indicati e, se lo desidera, per Aggregarli su iniziative e offerte del gruppo. Potrà esercitare i diritti dell'Art. 7 del D.Lgs. n. 196/03 rivolgendosi al Responsabile del trattamento, che è il Direttore Generale dell'Area Professionale, presso il Sole24 ORE S.p.A. Database di Marketing Via Pisacane, 1 - 20016 Pero (MI). L'elenco completo e aggiornato di tutti i Responsabili del Trattamento è disponibile presso l'Ufficio Privacy, via Monte Rosa 91 - 20149 Milano. I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli ordini, al marketing, all'amministrazione, al servizio clienti e potranno essere comunicati alle Società del Gruppo per gli stessi fini della raccolta, a società esterne per l'evasione dall'ordine e per l'invio di materiale promozionale ed agli istituti bancari.

**Consenso:** attraverso il conferimento del suo indirizzo e-mail, del numero di telefonata e/o di telefono (del tutto facoltativo) esprime il Suo specifico consenso all'utilizzo di detti strumenti per l'invio di informazioni commerciali.

GRUPPO **24ORE**

Per avere  
sempre  
nuovi spazi,  
è meglio  
abbonarsi!



DIRETTORE RESPONSABILE: **Antonio Greco**

REDAZIONE: **Renata Sias** (direttore operativo)  
ext.renata.sias@ilsolo24ore.com

SEGRETARIA DI REDAZIONE: **Anna Alberti**  
anna.alberti@ilsolo24ore.com

COLLABORATORI: **Chiara Brollo** (fiere, rassegne),  
**Davide Cattaneo** (aziende, dossier),  
**Claudia Cavallaro** (estero, realizzazioni, traduzioni),  
**Aurelia Debellis** (architettura), **Gilberto Dondé**,  
**Great Place to Work Italia** (management),  
**Gabriele Pagani** (news, products),  
**Marzia Morena** (R.E., property management)

COMITATO SCIENTIFICO: **Alberto Bassi** (design),  
**Mario Cucinella** (architettura),  
**Francesco Marcolin** (ergonomia),  
**Oliviero Tronconi** (property management),  
**Marco Piva** (contract-hotel)

UFFICIO GRAFICO: **Fabio Anselmo/studiofans**

DIRETTORE EDITORIALE BUSINESS MEDIA: **Mattia Losi**

**GRUPPO24ORE**

PROPRIETARIO ED EDITORE: **Il Sole 24 ORE S.p.A.**  
SEDE LEGALE: **Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano**

PRESIDENTE: **Giancarlo Cerutti**

AMMINISTRATORE DELEGATO: **Donatella Treu**



SEDE OPERATIVA: **Via C. Pisacane 1 - 20016 Pero (MI)**  
Tel. +39 02 3022.1  
SEGRETERIA COMMERCIALE E UFFICIO TRAFFICO:  
Tel. +39 02 3022.6836  
lorena.villa@ilsolo24ore.com

UFFICIO ABBONAMENTI

abbonamenti.businessmedia@ilsolo24ore.com  
Tel. +39 02 3022.6520 - Fax +39 02 3022.6521  
www.shopping24.it

**Ufficiostile**, registrazione Trib di Milano n. 57 del 20.2.1968  
R.O.C. n° 6553 del 10.12.2001  
ISSN 1828-0358

STAMPA: **Faenza Industrie Grafiche, Faenza (RA)**  
**Rivista trimestrale (4 numeri annui)**  
Costo copia ai soli fini fiscali € 2,30  
Prezzo abbonamento singolo  
Italia € 12,00 - estero € 44,00

Per acquisti cumulativi contattare l'Ufficio Abbonamenti.  
L'abbonamento avrà inizio dal primo numero raggiungibile.

Conto corrente postale n. 28308203 intestato a:  
**Il Sole 24 ORE S.p.A.**  
Printed in Italy

Proprietà letteraria e artistica riservata.

Copyright reserved throughout the world 2011 - Il Sole 24 ORE S.p.A.

**Informativa ex D. Lgs. 196/2003 (tutela della privacy).**

Il Sole 24 ORE S.p.A., Titolare del trattamento, tratta, con modalità connesse ai fini, i Suoi dati personali, liberamente conferiti al momento della sottoscrizione dell'abbonamento od acquisiti da elenchi contenenti dati personali relativi allo svolgimento di attività economiche ed equiparate per i quali si applica l'art. 24, comma 1, lett. d del D.Lgs. n. 196/03, per inviare la rivista in abbonamento od in omaggio.

Potrà esercitare i diritti dell'art. 7 del D.Lgs. n. 196/03 (accesso, cancellazione, correzione, ecc.) rivolgendosi al Responsabile del trattamento, che è il Direttore Generale dell'Area Professionale, presso Il Sole 24 ORE S.p.A., presso l'Ufficio Diffusione c/o la sede di via Pisacane 1 - 20016 Pero (MI).

Gli articoli e le fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono. Tutti i diritti sono riservati; nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in nessun modo o forma, sia essa elettronica, elettrostatica, fotocopia, ciclostile, senza il permesso scritto dall'editore.

L'elenco completo e aggiornato di tutti i Responsabili del trattamento è disponibile presso l'Ufficio Privacy, Via Monte Rosa 91, 20149 Milano. I Suoi dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli ordini, al marketing, al servizio clienti e all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società di Gruppo 24 ORE per il perseguimento delle medesime finalità della raccolta, a società esterne per la spedizione della Rivista e per l'invio di nostro materiale promozionale.

**Annuncio ai sensi dell'art 2 comma 2 del "Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio della attività giornalistica".**

La società Il Sole 24 ORE S.p.A., editore della rivista US-Ufficiostile rende noto al pubblico che esistono banche dati ad uso redazionale nelle quali sono raccolti dati personali. Il luogo dove è possibile esercitare i diritti previsti dal D.Lg 196/03 è l'ufficio del responsabile del trattamento dei dati personali, presso il coordinamento delle segreterie redazionali (02 30226521).



**7 EDITORIALE/EDITORIAL**  
**L'Italia e le sue unicità**  
Italy and its singularities

## DESIGN

(di Caterina Porcellini)  
**8 ADI 22° COMPASSO D'ORO**  
**Verso un nuovo design**  
ADI 22° COMPASSO D'ORO AWARD  
Toward a new design

**10 Cover story**  
IL WORKPLACE CAMBIA MOOD  
**Arredi Archiutti nella sede Mastruzzi**  
A NEW MOOD ON THE WORKPLACE  
Arredi Archiutti in Mastruzzi office

(di Renata Sias)  
**12 LO SHOWROOM DONATI**  
**Laboratorio all'avanguardia dal sapore vintage**  
DONATI'S SHOWROOM  
State-of-the-art lab with a vintage flavour

**14 T\_UP HAWORTH**  
**Il nuovo sistema di arredi integrati**  
The new integrated furniture system

## WORKPLACE

**DOSSIER: IL SILENZIO È D'ORO**  
**17 Il comfort acustico negli ambienti di lavoro**  
DOSSIER: SILENCE IS GOLDEN  
Acoustic comfort in work places

(di Ezio Rendina, Consulting&Management Ingegneria Acustica)  
**18 MIGLIORARE L'ACUSTICA NELL'OPEN SPACE**  
**Un case study esemplare**  
IMPROVING ACOUSTIC IN OPEN-SPACE OFFICES  
An exemplary case

(di Paolo Galaverna, Genesis Acoustic Workshop)  
**22 CONFERENCE ROOM: ACOUSTIC PROBLEM SOLVING**

(di Aurelia Debellis)  
**26 SIMPLY SMARTER OFFICE PLANTRONICS**  
**Prodotti multitasking per un'acustica perfetta**  
Multitasking products for a perfect acoustics

(di Edith Forte, Fortebis)  
**30 QUALITÀ SONORA**  
**La condizione spaziale come veicolo di emozioni**  
SOUND QUALITY  
The condition of space as a vehicle of emotions

**Rivista fondata nel 1968 - anno 43° - n. 3/2011 settembre-ottobre 2011**

**us:** rivista trimestrale internazionale dedicata all'architettura, al settore immobiliare, al progetto e alla gestione dell'ambiente di lavoro e dei luoghi collettivi  
Quarterly magazine dealing with architecture, real estate, project and management of the workspace and communities

La rivista è integrata con l'e-magazine "us news" e con i portali  
The magazine is supplemented with the e-magazine "us news" and the websites:  
[www.ufficiostile-online.it](http://www.ufficiostile-online.it) [www.living24.it](http://www.living24.it) [www.archinfo.it](http://www.archinfo.it) [www.b2b24.it](http://www.b2b24.it)

In copertina/cover: **Sede Mastruzzi: Pareti Wats e tavoli Hadis Archiutti**  
(design Ambostudio)

Cover story a pag. 10

**Archiutti SpA - Mobili per ufficio**  
via Postumia ovest nr. 200  
31048 - Olmi di San Biagio di Callalta, Treviso, Italy  
telefono: +39.0422.7947  
fax: +39.0422.89.23.04  
[www.archiutti.it](http://www.archiutti.it) - [info@archiutti.it](mailto:info@archiutti.it)

## INSERTO

**AKZO NOBEL: INTERPON F**  
**Trend e Contemporary: due collezioni di tinte per il mondo del design** - Trend e Contemporary: two collections of dyes for the world of design

(di Paolo Galaverna, Genesis Acoustic Workshop)  
**33 VETRO È BELLO, MA...**  
**Comfort acustico e pareti vetrate**  
GLASS IS BEAUTIFUL, BUT...  
Acoustic comfort and indoor glass partitions

(di Michele Falcone)  
**38 NEOCON 2011**  
**Nuovi prodotti e trends da Chicago**  
New products and trends from Chicago

## CONTRACT

**45 SPECIALE: LUCE PER IL FUTURO**  
SPECIAL: LIGHT FOR THE FUTURE

(di Davide Cattaneo)  
**46 LUCE, PROTAGONISTA DISCRETA**  
**Leggerezza, sostenibilità e alte performance**  
LIGHT, A DISCREET PLAYER  
Lightness, sustainability and high performance

(di Gabriele Pagani)  
**49 NUOVE ESPLORAZIONI E CREATIVITÀ A CONFRONTO**  
NEW EXPLORATIONS AND COMPARED CREATIVITIES

**50 SON ET LUMIÈRE**

**51 LUCE SOLARE - SUN LIGHT**

**52 LA LUCE "VERDE" DI PHILIPS LIGHTING**  
THE "GREEN" LIGHT BY PHILIPS LIGHTING

## MANAGEMENT

**53 WOF: WORLD OFFICE FORUM MILAN Green Office**

(di Paola Silva Coronel)  
**54 UN NUOVO "EPI-CENTRO" PER L'AQUILA**  
A NEW "EPI-CENTRE" FOR L'AQUILA

(a cura di Silvia Sertorio, AREL)  
**60 REAL ESTATE ITALIANO E INVESTITORI ESTERI**  
ITALIAN REAL ESTATE AND FOREIGN INVESTORS

(a cura di Lucia Matti, Lombardini22)  
**62 I LUOGHI COME STRATIFICAZIONE DI ESPERIENZA**  
**Terza Conversazione@lombardini22**  
PLACES AS STRATIFICATION OF EXPERIENCES  
Third Conversation@lombardini22

# WORKPLACE: QUALITY AND INNOVATION

## 4° edizione 4th competition

Una competizione, organizzata dalla rivista us-ufficiostile, per identificare le eccellenze nella progettazione dell'ambiente di lavoro, per promuovere e diffondere la cultura della qualità e dell'innovazione nel workplace.

A competition, organized by us-ufficiostile magazine, to single out the excellences in the planning of working environments, to promote and spread the culture of quality and innovation in workplaces.

**Possono partecipare architetti, interior designer, uffici tecnici, dealers e contractors che iscrivano progetti realizzati nel 2010/11 o in fase di realizzazione (compilando, entro l'11 ottobre 2011, la scheda inserita on line)**

The competition is intended for architects, interior designers, technical departments, dealers e contractors, who will send their designs carried out in 2010/11 or in the pipeline (by filling in the sheet available on line; deadline October 11st 2011)

[http://www.living24.it/us-award-2011/0,1254,58\\_ART\\_4398,00.html](http://www.living24.it/us-award-2011/0,1254,58_ART_4398,00.html)

**Il progetto vincitore sarà pubblicato in copertina della rivista us-ufficiostile.**

**La cerimonia di premiazione si svolgerà presso la sede de Il Sole 24 Ore.**

The winner project will appear in the front cover of us-ufficiostile magazine.

The prize giving ceremony will take place at Il Sole 24 Ore headquarters.

# usaward 2011

**Per ulteriori informazioni e scheda di partecipazione**

For further information:

[www.ufficiostile-online.it](http://www.ufficiostile-online.it)

**Anna Alberti +39 02 3022 6833 – [anna.alberti@ilsole24ore.com](mailto:anna.alberti@ilsole24ore.com)**

Nella foto: winner 2010 – Uffici e laboratori CNR-ISMAR, Venezia. Progetto di Cecchetto & Associati (supplier Archiutti)

SPONSOR



**DONATI**

PATROCINATO DA



EUROPEAN COUNCIL OF INTERIOR ARCHITECTS

E · C · I · A



MEDIA PARTNER



MATERIA

WEB MEDIA PARTNER





*live unframed.*



**SAYL**

Una nuova seduta Herman Miller disegnata da Yves Béhar. Accessibile ma innovativa. Per maggiori informazioni chiama 02 65531711 o visita [www.hermanmiller.com](http://www.hermanmiller.com)

## TAILOR MADE

Produced by Donati  
on client's exclusive basis

## HYBRID

Produced by Donati on an exclusive  
basis and partially from the catalogue

## READY TO

Donati's catalogue components  
to make differentiated products

Donati-lab: the place where the contamination of ideas, as a result of interaction between varied abilities and specified workers, can find the best conditions to expand and develop. [[www.donatilab.eu](http://www.donatilab.eu)]

The place where  
new ideas of chairs  
can be developed

**DONATI**

[info@donati.eu](mailto:info@donati.eu) [www.donati.eu](http://www.donati.eu)



Le celebrazioni per il 150° anniversario dell'Unità d'Italia hanno coinvolto, seppur marginalmente, anche il mondo del design e dell'architettura e ispirato – forse per mancanza di nuovi concept – già a partire dalla design week milanese di aprile, eventi e incontri.

Tra questi ho trovato stimolante la recente, vivace conversazione organizzata da **Lombardini 22** **"Italians do it better!"** (la terza della serie 150 Italiae) che ha visto, insieme alla concretissima **Valeria Falcone**, country head di Carlyle Real Estate, anche la presenza del passionario filosofo **Franco Bolelli** che con le sue affascinanti intuizioni ha destabilizzato il pubblico, **minando alla base molte delle certezze legate ai Valori dell'Italia** e degli italiani (senza tuttavia parlare male dell'Italia o degli italiani, attitudine fin troppo diffusa che Bolelli non approva).

Per correttezza, premetto che sono di parte: Bolelli è stato relatore, qualche decennio or sono, della mia tesi di laurea (intitolata, guarda caso, **"Scenario della mutazione"**) alla facoltà di Architettura del Politecnico di Milano, quindi buona parte delle tesi da lui sostenute sono anche parte del mio background culturale, esperienziale, emozionale e professionale.

Intervistato da Paolo **Facchini**, presidente di Lombardini22 – sulla base di brani da **"Viva tutto!"**, l'ultimo libro scritto con Jovanotti – Bolelli, con colta leggerezza, ha proposto i suoi paradigmi fluidi e fuori dagli schemi convenzionali; a partire dalla negazione delle "radici" come origine di ogni tipo di evoluzione e di sviluppo «Gli alberi hanno radici, non l'uomo che è fatto per muoversi, spostarsi, saltare. Se smette di muoversi, deperisce e muore.

**Le radici come valore sono un cattivo modello di pensiero perché l'evoluzione nasce dalla discontinuità».**

## L'ITALIA E LE SUE UNICITÀ

### ITALY AND ITS SINGULARITIES

*The celebrations for the 150th anniversary of the Unity of Italy have involved, although marginally the community of design and architecture and inspired – perhaps failing new concepts – events and encounters already from the Milan design week in April. Among them I found the recent, lively discussion organized by **Lombardini 22** **"Italians do it better!"** (the third one of the series 150 Italiae) quite attractive, attended by the matter-of-fact **Valeria Falcone**, country head at Carlyle Real Estate, and also by the passionate philosopher **Franco Bolelli**, who destabilized the audience with his fascinating intuitions, **undermining at heart many of those certainties related to the Values of Italy and Italians** (yet not speaking ill of Italy or Italians, a too widespread attitude Bolelli doesn't approve of). In fairness I have to admit I'm partial: some decades ago Bolelli was the supervisor of my degree thesis (called, by sheer chance **"Scenario della mutazione - a scenario of mutation"**) at the faculty of architecture of Politecnico di Milano, so most of his arguments are also part of my cultural, emotional and professional background and experience. Interviewed by **Paolo Facchini**, chairman of Lombardini22 – on the basis of passages from **"Viva tutto!"**, the latest book written together with Jovanotti – Bolelli, with cultivated frivolity, proposed his unconventional paradigms, like the denial of the "roots" as the origin of all kinds of evolution and development. **"Trees have roots, but man was made to move, shift, jump. If we stop moving, we lose strength and die. Roots as value are a bad model of thought for evolution comes from***

*Forse è bene riflettere sulla necessità di tagliare quelle radici storiche di cui ogni italiano va fiero (a che cosa gli servono esattamente queste profonde radici?) ma che rischiano di diventare una zavorra; di «rinunciare all'idea malsana di stare attaccati alla storia», come dice Bolelli, per **sviluppare e incentivare quella flessibilità, tipicamente italiana**, che ha già dato concretamente ottimi risultati in molti settori diversi. Paradossalmente, le mutazioni e i risultati più concreti nascono dall'intangibile: **«Proviamo a Credere – tutti, davvero e insieme – che è possibile crescere, evolvere e generare nuove idee»** sostiene Bolelli, invocando una sorta di nuova "Mistica". In fondo dal Rinascimento in poi quali salti innovativi, quali veri grandi cambiamenti si sono verificati a livello di sistema Paese? Chiede Bolelli. Anche se non sono mancate grandi innovazioni, queste sono state quasi sempre **frutto del genio individuale non di un "sistema"**, di una collettività. Affermazione pesante, questa, che ha lasciato perplesso il pubblico e ha spinto il mio "orgoglio italiano" ad andare alla ricerca di altri più recenti esempi di vero, patrio spirito innovativo e mutante di sistema.*

*Beh, certamente non è paragonabile con il Rinascimento, e spero che Bolelli tolleri questa blasfemia, ma credo che **il Design**, inteso come passaggio dalla tradizione artigianale al concetto di serialità, inteso come frutto di intelligenze visionarie e di imprenditorialità coraggiose, di proposte inedite, non dettate dal marketing e di "distretti" competenti, rappresenti un valido modello di cui andare fieri. Proviamo a cercare in quello scenario di mutazione che ha cambiato gusti e comportamenti sociali, non le nostre radici, ma **uno spirito intangibile al quale ispirarci per nuovi salti di discontinua evoluzione.***

***discontinuity**». Maybe we should think about cutting those historical roots every Italian is proud of (what's their use, exactly?) yet risking to turn into ballast, about «giving up the **unhealthy habit to be attached to history**», as Bolelli says, to **develop and boost that typically Italian flexibility** that has already given excellent results in many, different sectors. Paradoxically, the most tangible mutations and results come from the intangible: **«Let's try to Believe – all of us, actually and together – that it's possible to grow, evolve and produce new ideas»** Bolelli states, wishing for a sort of new "Dogma". After all, from the Renaissance onwards, what quantum leaps, what actual breakthrough have occurred in this country? is Bolelli's question. Even if there have been some great innovations, but almost always the **fruits of individual genius not of a "system"**, a community. A serious statement that baffled the audience and spurred my "Italian pride" to go in search of more recent examples of a real, innovative spirit changing the system. Well, certainly not comparable with the Renaissance, and I hope Bolelli will endure such an irreverence, but I believe that **Design**, meant as a change from the craft tradition to the serial concept, the outcome of visionary minds and daring entrepreneurs, unusual proposals not imposed by the marketing but by competent "districts", is a good model we can be proud of. Let's try to believe in that scenario of mutation that has changed tastes and social behaviours, not our roots, but an **intangible spirit we can draw inspiration from for new leaps of discontinuity and evolution.***



foto di Gabriele Pagani

ext.renata.sias@ilssole24ore.com

### Il francobollo del Compasso d'Oro ADI

In occasione della celebrazione del XXII Premio Compasso d'Oro ADI a Roma, nell'ambito degli eventi "Unicità d'Italia" per il 150° anniversario dell'Unità nazionale, è stato emesso un Francobollo Speciale dedicato al Premio, in omaggio al design industriale. L'immagine di Stefano Castiglioni riporta il Compasso e la sezione aurea in un'unica composizione.



di Caterina Porcellini



# ADI 22° COMPASSO D'ORO

Verso un nuovo design

DICIANNOVE PREMI A PRODOTTI, NOVE PREMI ALLA CARRIERA, TRE PREMI INTERNAZIONALI, UN PREMIO SPECIALE E DIECI PREMI PROGETTO GIOVANE. DALLA FIAT 500 A SLOW FOOD – PREMIO SPECIALE PER IL DESIGN DEI SERVIZI –, I VINCITORI DEL COMPASSO D'ORO ADI PER IL TRIENNIO 2008-2010 RIVELANO UNA CONCEZIONE ALLARGATA DEL DESIGN ITALIANO, ATTENTA AGLI SVILUPPI TECNOLOGICI E SOCIALI SENZA DISDEGNARE LA TRADIZIONE. IN QUESTE PAGINE PROPONIAMO UNA SELEZIONE DEI PREMI NEL SETTORE "WORKPLACE" E LE MOTIVAZIONI DELLA GIURIA. RIMANDIAMO I LETTORI A WWW.LIVING24.IT PER GLI APPROFONDIMENTI.



## PREMIATI

**1. Martinelli Luce, Elica**  
Lampada da tavolo a Led  
Led table lamp  
**Progetto / Designed by**  
Design Brian Sironi

*Per il contrasto fra la leggerezza del braccio e la forza del supporto accompagnata dall'eliminazione di ogni dettaglio tecnico a vista*  
For the contrast between the arm's light weight and the solid strength of the support, accompanied by the removal of every technical detail from sight

**2. Pedrali, Frida**  
Sedia in legno  
Wooden chair  
Design Odoardo Fioravanti

*Per la semplice bellezza scultorea*  
For its simple, sculptural beauty

**3. Comitato Nazionale per le Celebrazioni del Centenario CGIL, Rossa. Immagine e comunicazione del Lavoro 1848-2006**

Mostra multimediale interattiva Interactive multimedia exhibition  
**Design N103 con / with Stefano Vellano, Luigi Martini**

*Perché sostiene con intelligenza un'idea molto chiara e creativa*  
For sustaining a very clear, creative idea with intelligence

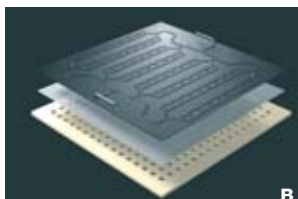
**4. Luceplan, Hope**  
Lampada a sospensione  
Hanging lamp  
Design Francisco Gomez Paz, Paolo Rizzatto

*Per l'innovativo uso di sottili lenti di Fresnel in materiale plastico che creano una luce di grande delicatezza*  
For the innovative use made of thin plastic Fresnel lenses, which generate a very delicate light

Se il **Compasso d'Oro** è nato "soltanto" nel 1954, il fatto che l'annuncio dei premiati della XXII edizione sia stato dato per la prima volta a **Roma** non è certo un caso; anzi, esiste un legame diretto con l'anniversario dell'Unità d'Italia (si veda la mostra "Unicità d'Italia" al Palazzo delle Esposizioni) e soprattutto con l'identità nazionale, che il cosiddetto Made in Italy ha contribuito a costruire anche all'estero. Un "fare italiano" che, se a buon diritto possiamo considerare i **19 vincitori e le 77 menzioni** come l'eccellenza delle realizzazioni già segnalate nel corso del **triennio (2008-2010)** dai vari **ADI Index**, dimostra di essere sì legato a una gloriosa tradizione – in apertura di cerimonia fatta risalire al Rinascimento – come pure di volerla rinnovare secondo lo spirito del tempo. **Tradizione, quindi, ma aggiornata.** La vera sfida per la cultura del made in Italy, però, è costituita dai vari **sviluppi del design**, sempre più inteso anche nel Bel Paese come **metodologia progettuale in senso lato**: non solo del prodotto ma del servizio, del processo, della comunicazione visiva. Seppure **Enzo Mari** – Compasso d'Oro alla carriera – ha avanzato maliziosamente che il suo fosse "un premio all'anagrafica", forse davvero "l'utopistica tensione alle origini del design" da lui richiamata nel Manifesto di Barcellona è prossima a rinascere, raggiungendo più persone possibili in quanto "allegoria di una possibile trasformazione". ■



A



B



C



D



E



**5. Danese, Smith**  
 Contenitore multifunzionale  
 trasportabile  
 Portable multipurpose  
 cupboard  
 Design Jonathan Olivares

*Per l'intelligenza produttiva  
 e costruttiva accompagnata  
 da notevole multifunzionalità*  
*For its intelligent production  
 and construction, accompanied  
 by significant multiple  
 functionality*

**6. Arper, Nuur**  
 Sistema di tavoli  
 Table system  
 Design Simon Pengelly

*Per l'estrema leggerezza  
 e l'attenzione al dettaglio*  
*For its extreme light weight  
 and the care paid to details*



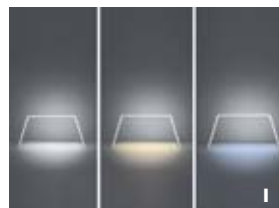
2



5



6



## MENZIONI SPECIALI

**A. Vitra , ArchiMeda**  
 Tavolo da lavoro regolabile  
 elettricamente in altezza  
 Electrically height-adjustable  
 worktable  
 Design Alberto Meda

**B. Patt – Fantoni, Climacustic**  
 Sistema radiante  
 e fonoassorbente  
 Radiating and sound-absorbing  
 system  
 Design Patt Spa, Christian  
 Tomadini con Alberto Asquini  
 e Luigi Cresci

**C. Lamm, Genya**  
 Poltrona per conferenza  
 Conference hall seating  
 Design Dante Bonuccelli

**D. Calmi Brevetti, Kaleidos**  
 Sedia in materiale plastico  
 Plastic chair  
 Design Michele De Lucchi  
 e Sezgin Aksu

**E. Catellani & Smith, Light  
 Stick Parete Soffitto**  
 Lampada a Led  
 Led light fitting  
 Design Enzo Catellani

**F. Molteni & C, Sequence**  
 Sistema a librerie componibili  
 Modular shelving system  
 Design Patricia Urquiola

**G. Marazzi, Soho**  
 Materiale per rivestimento  
 Cladding material  
 Design Centro Stile Marazzi  
 Group

**H. Rexite, Taboo**  
 Cestino gettacarte  
 Waste-paper basket  
 Design Raul Barbieri

**I. Artemide, Veio**  
 Lampada da tavolo  
 Table lamp  
 Design Neil Poulton

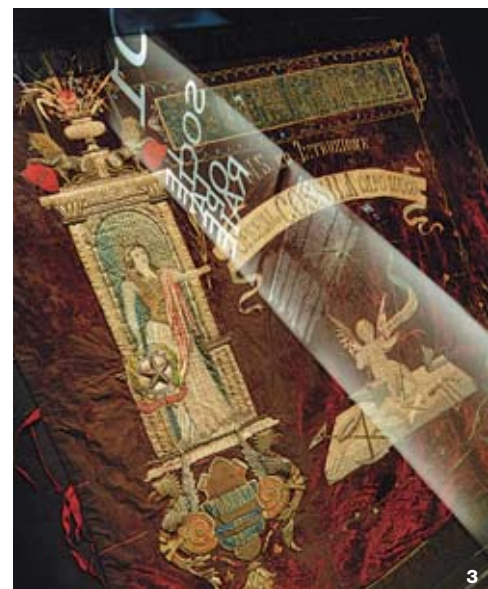
**L. Vita**  
 Sistema a parete  
 Wall-mounted system  
 Design Massimo Mariani con  
 Aedas R&D (Christian Derix  
 e Asmund Gamlesæter)

## 22° ADI COMPASSO D'ORO AWARD

### Toward a new design

*19 awards for 2008-2010 products, 9 career awards, 3 international awards, 1 special award and 10 Young Design awards presented in Rome in the framework of "Italian Uniqueness".*

*From Fiat 500 to Slow Food – a special award for the Design of Services –, the winners of the Compasso d'Oro ADI for the three-year period 2008-2010 show a wider concept of the Italian design, conscious of technological and social development yet not neglecting tradition. On these pages, we are proposing a selection of the awards in the "workplace" sector and the jury's reasons.*



3



4



## IL WORKPLACE CAMBIA MOOD

Arredi Archiutti nel loft della nuova sede Mastruzzi

NELLE VICINANZE DI MANTOVA, UN LOFT INTEGRA DIVERSE COLLEZIONI ARCHIUTTI PER DARE NUOVA FORMA AGLI SPAZI DEDICATI AL LAVORO E INTERPRETARE CON ELEGANZA UN'AMBIENTAZIONE DALL'ATMOSFERA INDUSTRIALE. È LA NUOVA SEDE DELLA MASTRUZZI, AZIENDA CHE SI OCCUPA DI FORNITURA DI ARREDI E ALLESTIMENTO DI AMBIENTI DI LAVORO E PERTANTO CONSAPEVOLE DI QUANTO UNO SHOWROOM POSSA TRASFORMARSI DA SEMPLICE SPAZIO ESPOSITIVO A VERO E PROPRIO MODELLO AMBIENTALE E DI STILI LAVORATIVI.

Il taglio architettonico moderno della nuova sede Mastruzzi ha suggerito la scelta dei materiali e dei colori, una **pulizia formale e cromatica** che si racconta negli elementi di arredo e si declina nei toni del bianco e del legno.

Ad accogliere gli ospiti è un ampio openspace caratterizzato da una **piccola area welcome** adiacente alla **sezione operativa**: i bench della collezione di arredo **Hadis** definiscono le postazioni in modo lineare; le **pareti monovetro Wats** introducono gli uffici direzionali ed operativi rispondendo alle esigenze di privacy e gli arredi delle collezioni **Fattore Alpha**, **Hadis**, **Darch**, sempre di **Archiutti**, caratterizzano gli ambienti con stili diversi.

La predominanza del bianco suggerisce atmosfere **luminose ed accoglienti** e la **totale trasparenza** delle pareti permette agli ambienti di succedersi e comunicare visivamente fra di loro. ■





### 1. Wats

#### Product design ambostudio

Trasparenza e luminosità i tratti distintivi di Wats: parete monovetro dalla struttura con profili in alluminio a soffitto e pavimento, vetro stratificato e giunti verticali in policarbonato trasparente. Proposta con porta a battente o scorrevole dotata di maniglia verticale.

La trasparenza continuativa dei cristalli permette il pieno coinvolgimento visivo ma anche comunicazione e/o privacy grazie all'attrezzabilità dei profili

Transparency and brightness are the distinctive features of Wats: single-panel wall with ceiling and floor contours in aluminium, stratified glass and vertical joints in see-through polycarbonate. Coming with leaf or sliding door



### 2. Hadis

#### Product design ambostudio

Un sistema di tavoli, scaffali libreria e contenitori di servizio che prevede una molteplicità di aggregazioni; soluzioni per postazioni singole o gruppi di lavoro coordinati, dalla situazione operativa al meeting. Piano in legno, cristallo acidato o melaminico in diversi colori e decori, struttura in alluminio verniciata (in colore bianco e grigio alluminio) o anodizzata in finitura lucida. Hadis propone top access sui piani di lavoro e vassoi portacavi sottopiano, predisposizione per supporti regolabili per flat panel display, screens opachi, illuminati a LED o fonoassorbenti

A system of tables, bookshelves and storage units allowing manifold arrangements; solutions for an individual workplace or matching workteams, suitable for task offices as well as meeting rooms



## A NEW MOOD ON THE WORKPLACE

### Arredi Archiutti in the new loft-office of Mastruzzi

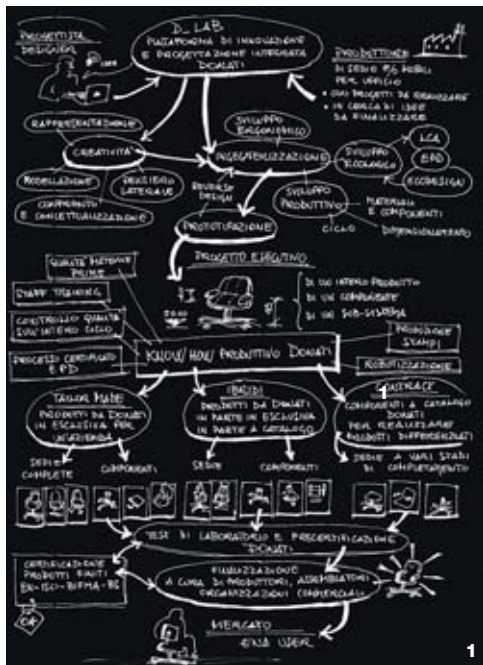
*Close to Mantua, a loft contains Archiutti's collections to give a new shape to the work space and add a touch of refinement to an industrial-looking setting.*

*It's the new headquarters of Mastruzzi, a firm supplying furniture for work environments and therefore aware of how a showroom can change into an actual model of interior design and working styles.*

*A modern architectural style, a form and chromatic neatness declined in the pieces of furniture and white and wood tones. The reception is a wide open space marked by a small welcome area close to the task offices: the benches from the furniture collection Hadis define a linear layout of workplaces; the single-panel walls Wats introduce the executive suites and task offices and meet the need for privacy, and units belonging to the collections Fattore Alpha, Hadis, Darch, still by Archiutti, lend different styles to the rooms.*

*The predominance of white provides for bright and pleasant atmospheres while the total transparency of walls allows a visual communication through the sequence of rooms.* ■

di Renata Sias



Piacevoli micro-ambienti di vita e di lavoro, coerenti nel mood, si susseguono come veri e propri set cinematografici

Some charming micro-settings to live and work in, creating a consistent mood, follow one another like real movie sets

1. Gli obiettivi e i processi di questo originale laboratorio di avanguardia sono sintetizzati sulla grande lavagna nera che ha già assunto un ruolo da protagonista nella comunicazione di Donati

The goals and procedures of this original state-of-the-art laboratory find their synthesis in the big blackboard already playing the chief role in Donati's communication

2. L'ampia scala che conduce al piano superiore integra anche un podio con alcuni modelli del sistema di sedute contract S-Kocca, sviluppato da Marcello Ziliani (una famiglia di sedili stampati a iniezione e due famiglie di basi modulari in pressofusione d'alluminio) che rappresenta il primo risultato di D-Lab

The stairs leading upstairs completed with a podium to display Donati's leading products; at present on show, a few models from the seating system contract S-Kocca, developed by Marcello Ziliani (a range of injection moulded seats and two lines of modular bases in die cast aluminium) which is the first result coming from the D-Lab

3. Il laboratorio da falegname è a disposizione di qualunque designer voglia sperimentare la propria manualità

The carpenter's shop is at the disposal of any designer wishing to try out their manual ability

## LABORATORIO DAL SAPORE VINTAGE

Lo showroom Donati, presso la sede di Rodengo Saiano

SIAMO IN PROVINCIA DI BRESCIA, IL CONTESTO È QUELLO TIPICO DI OGNI ANONIMA ZONA INDUSTRIALE, MA VARCATA LA SOGLIA DI QUESTO STABILIMENTO LA SORPRESA CHE SI PROVA È DAVVERO GRANDE. ENTRANDO NELLO SHOWROOM DI DONATI, ALLESTITO ALL'INTERNO DELLA SUA SEDE, CI ACCOGLIE UN'ATMOSFERA INATTESA, CALDA E OSPITALE, DOVE MASTERPIECE DEL DESIGN E OPERE D'ARTE FANNO DA CONTRAPPUNTO IN UN INVOLUCRO CHE PARLA IL LINGUAGGIO DELL'ARCHITETTURA INDUSTRIALE, DEFINENDO UN PERCORSO DI FRUIZIONE BEN CALIBRATO. PERCORSO CHE SI TRASFORMA IN ESPERIENZA COGNITIVA E PERCETTIVA: ASSOLUTAMENTE CONSIGLIATA A DESIGNER, ARCHITETTI E AMANTI DEGLI OGGETTI D'ARTE.

L'aspetto che prevale è il raffinato sapore vintage sprigionato dai pezzi di modernariato e dagli arredi che hanno segnato le tappe più importanti nella storia del design, tutti sapientemente selezionati e restaurati dall'interior designer Tina Gabriel che nel suo laboratorio nella campagna fiorentina sposa il progetto con l'attività artigianale e manuale. Non c'è l'aria stantia di un museo o di un mercatino dell'usato, al contrario si percepisce una vivacità che riflette l'attività di questa dinamica azienda che, partendo dalla produzione di componentistica, ha stabilito nuove linee evolutive che si concretizzano principalmente nel D-Lab, la piattaforma internazionale di progettazione integrata e innovazione aperta ad aziende, designer, ricercatori e professionisti del settore.

Niente meglio di questo spazio espositivo sa raccontare la nuova filosofia di Donati: circa 1.000 mq di superficie "neutra", scaldata dal parquet e punteggiata da opere d'arte di vari autori moderni e contemporanei, da modelli e stampi già in produzione o in fase di sviluppo, da affascinanti micro-ambienti di vita e di lavoro, coerenti nel mood, che si susseguono come veri e propri set cinematografici che chiedono di essere vissuti: il salottino borghese come area d'attesa, i tavoli ampi per le riunioni formali, il living room domestico con camino, divani, chaise-longue e librerie dedicato alle riunioni informali; tavoli rustici e madie da osteria come postazioni touch down per consultare disegni e documenti, cristalliere da pasticceria per raccogliere gli oggetti di piccole dimensioni.

Non mancano un banco bar art decò e una cucina industriale degli anni '50 dove chef creativi preparano i lunch per gli invitati; la chicca finale è il meraviglioso laboratorio da falegname a disposizione di qualunque designer voglia sperimentare la propria manualità. Sono ambienti magici persino la rest room, con letti e guardaroba in stile coloniale, e il grande bagno con lussuose consolle in legno. L'inserimento di ogni dettaglio e accessorio è studiato e merita atten-





zione, muoversi in questo spazio significa godere di infiniti momenti di gioia e di ispirazione. L'ampia **scala che conduce al piano superiore**, dove si trova la sala per la presentazione dei prodotti, integra anche un simbolico podio dove collocare i prodotti di punta di Donati; attualmente sono in mostra alcuni modelli del **sistema di sedute contract S-Kocca**, sviluppato da **Marcello Ziliani** (una famiglia di sedili stampati a iniezione e due famiglie di basi modulari in pressofusione d'alluminio) che rappresenta il primo risultato di D-Lab.

Un laboratorio che ha un **significato etico** e rappresenta una nuova lungimirante strada intrapresa «per mantenere nel nostro territorio un **know-how che ha tradizioni lontane**, un capitale di conoscenza e un valore che non si

possono perdere» spiega il titolare **Armando Donati**, il quale, anziché produrre all'estero a basso costo ha scelto di **credere e di investire nel progetto** coraggioso e concreto di D-Lab, così che più clienti possano beneficiare di questo know-how e delle più **recenti ricerche** nel campo del design, dell'ergonomia, della tecnologia. D-Lab permette di trovare le competenze per **ingegnerizzare nuovi prodotti**, disporre di un'articolata **offerta componentistica** e avere a disposizione un **laboratorio** per le certificazioni.

Gli obiettivi e i processi di questo **originale laboratorio di avanguardia** sono ben sintetizzati con gessetto bianco sulla grande **lavagna nera** che ha già assunto un ruolo da protagonista nella comunicazione di Donati. ■

## STATE-OF-THE-ART LAB WITH A VINTAGE FLAVOUR

### Donati's showroom at its Rodengo Saiano headquarters

*Entering Donati's showroom at its headquarters, we are greeted by an unexpected, warm and friendly atmosphere, where masterpieces of design and works of art counterpoint inside a shell marked by features related to industrial architecture, defining a carefully measured route of use. A route that changes into a cognitive and perceptive experience: a real must-see for designers, architects and art lovers.*

*The prevailing feature is the refined vintage flavour emitted by the **modern collectibles** and pieces of furniture that are the milestones in the **history of design**, all masterfully selected and restored by the interior designer **Tina Gabriel**. One notices a **liveliness reflecting the line of business of this dynamic company**, that has fixed new evolutionary lines mostly realized at the **D-Lab, the International platform of integrated planning and innovation** open to companies, designers, researchers and professionals in the industry.*

*Nothing is better than this **showroom to tell the new Donati's philosophy**: about 1,000 sqm of "neutral" floor space interspersed with **works of art, models and moulds**, charming **micro-settings to live and work in**, creating a consistent mood, that follow one another like real movie sets.*

*The **stairs leading upstairs**, where the room for the presentation of products is situated, is completed with a podium to display Donati's leading products; at present on show, a few models from the **seating system contract S-Kocca, developed by Marcello Ziliani** (a range of injection moulded seats and two lines of modular bases in die cast aluminium) which is the first result coming from the **D-Lab**.*

*The goals and procedures of this **original state-of-the-art laboratory** find their synthesis in the big **blackboard** already playing the chief role in Donati's communication. ■*

# T\_UP

Il nuovo sistema di arredi integrati di Haworth

**SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEI MATERIALI IMPIEGATI E DEI SISTEMI PRODUTTIVI, ADATTABILITÀ A MOLTEPLICI ASSETTI NELL'AMBITO DELLO STESSO UFFICIO O IN UNA NUOVA SEDE, FUNZIONALITÀ PER DIVERSI STILI DI LAVORO, VERSATILITÀ DEGLI ELEMENTI: SONO QUESTI I PUNTI DI FORZA DEL SISTEMA T\_UP PROGETTATO IN TOTALE ADERENZA CON LA FILOSOFIA ORGANIC WORKSPACE DI HAWORTH.**

**T\_up** è la risposta assolutamente innovativa di Haworth alle nuove esigenze lavorative che richiedono spazi più articolati e versatili dove muoversi, comunicare e condividere ambiti, tempi e idee. Una piattaforma di arredo degli spazi di lavoro **flessibile e performante**, costituita da un numero ridotto di elementi intercambiabili e modulari, è il risultato della ricerca di Haworth Design Studio e naturale evoluzione delle più innovative soluzioni Haworth. È economica, facile da installare, versatile, adattabile nel tempo alle nuove necessità lavorative.

T\_up offre piani di lavoro **adattabili** di varie forme e misure, con gambe a U per soluzioni bench oppure a T con altezza fissa o regolabile: l'altezza opzionale delle gambe a T consente di ottenere piani di lavoro adattabili alle più varie esigenze, nel rispetto dell'ergonomia delle postazioni. Le scrivanie sono tra loro assemblabili fino a trasformare una singola postazione in un efficiente e integrato spazio di lavoro e sono dotate di canaline a rete o in alluminio per il posizionamento dei cavi e/o di vani tecnici nelle gambe dei tavoli. I contenitori possono essere separati o integrati e sostituire le gambe dei tavoli per ridurre il numero dei componenti offrendo una combinazione di prodotti ottimizzata e adattabile. Inoltre la scelta della gamma di colori T\_up rende l'insieme gradevole, moderno e vivace.

T\_up è **integrabile** con altri prodotti Haworth. Gli elementi storage consentono di trasformare la singola scrivania in un efficace spazio di lavoro e possono integrarsi con altri desking system di Haworth. Gli schermi universali Haworth sono inseribili nelle scrivanie, per la privacy delle postazioni di lavoro, mentre la coerenza nel design consente di utilizzare altri prodotti storage delle diverse linee Haworth e le sedute Very o System 59, ottenendo sistemi di arredo completi per ambienti di lavoro efficienti, piacevoli ed equilibrati, nei quali T\_up si inserisce come componente essenziale della filosofia Organic Workspace di Haworth. ■







## T\_UP

### **The new, integrated furniture system by Haworth**

*Environmental sustainability of the materials used and manufacturing systems, flexibility to manifold arrangements in the same office or in a new one, functionality to suit different working procedures, versatility of components, these are the strength of the system T\_up totally designed according to Haworth's Organic Workspace philosophy.*

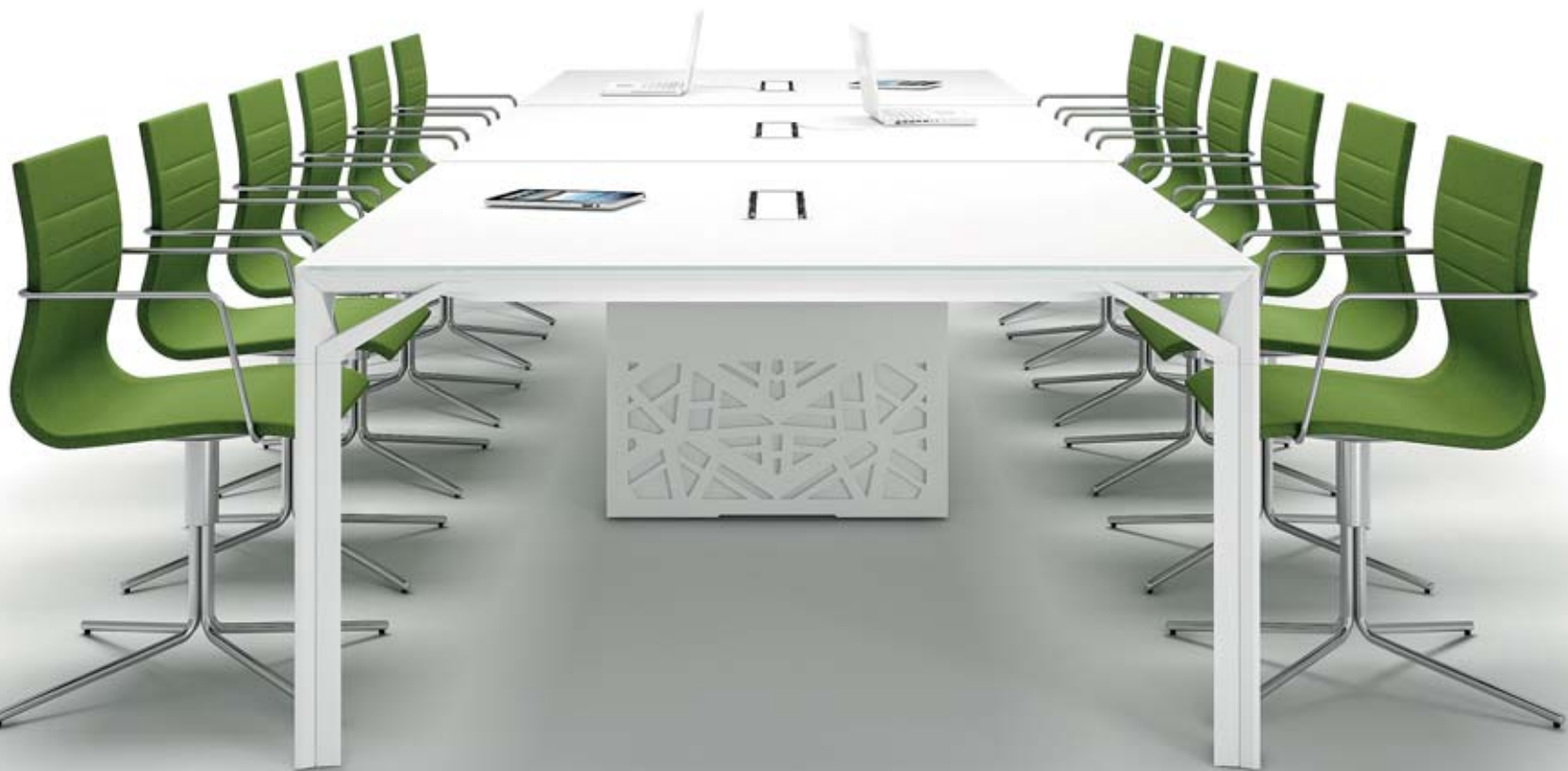
*T\_up is Haworth's cutting-edge solution to the new working needs for more structured and versatile spaces, where one can move about, communicate and share scopes, time and ideas. A furniture platform for work spaces, **flexible and efficient**, formed by a lower number of interchangeable and modular units, which results from the study carried out by Haworth Design Studio and is the natural evolution of the most novel Haworth solutions. Inexpensive, user-friendly, versatile, adjustable over time to the new working needs.*



# OFFICITY®

business space

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



## X8

Anteprima 2012

Officity® è un brand

### Quadrifoglio

SISTEMI  D'ARREDO

[www.quadrifoglio.com](http://www.quadrifoglio.com) - [info@quadrifoglio.com](mailto:info@quadrifoglio.com)



## **IL SILENZIO È D'ORO**

**Il comfort acustico negli ambienti di lavoro**

Il comfort acustico riveste un ruolo fondamentale nella vivibilità degli ambienti di vita che siano residenze, uffici, centri sportivi, alberghi, ristoranti, etc. Vivere un luogo, uno spazio, è sempre più associato a viverlo con tutti e 5 i sensi, nessuno escluso.

## **SILENCE IS GOLDEN**

**Acoustic comfort in work places**

Acoustic comfort plays a basic role to get liveable places to live in, like home, office, sports centre, hotel, restaurant, etc. Living in a place, a room, for a long time means to live it to the full, with all five senses, none excepted

# **US** **WORKPLACE** **dossier**

di Ezio Rendina

Prof. Dott. Ing. "Tecnico Competente in Acustica"  
ai sensi della legge 447/95.

Titolare di Consulting & Management Ingegneria  
Acustica

# MIGLIORARE L'ACUSTICA NELL'OPEN SPACE

Un case study esemplare

IL SILENZIO È D'ORO, RECITA UN DETTO: È VERO, IL SILENZIO CONTRADDISTINGUE I LUOGHI PIÙ ESCLUSIVI E PERSEGUIRE IL SILENZIO È ESTREMAMENTE COSTOSO. ECCO CHE QUINDI È NATA, DA OLTRE 20 ANNI IN ITALIA, LA PROFESSIONE DI INGEGNERE ACUSTICO, OVVERO DI COLUI CHE AFFIANCA IL PROGETTISTA AFFINCHÉ IL COMFORT ACUSTICO SIA PERSEGUITO AL MEGLIO; UN MESTIERE ANCORA RARO I CUI PIÙ INTIMI SEGRETI SONO NOTI SOLO AI "COLLAUDATI PROFESSIONISTI" CHE HANNO APPRESO SUL CAMPO, VISTO CHE LA FORMAZIONE UNIVERSITARIA E POST-UNIVERSITARIA NON PUÒ ARRIVARE AGLI ESTREMI DETTAGLI DI APPROFONDIMENTO.



Gli uffici open space rappresentano una situazione nettamente diversa dagli altri ambienti confinati poiché non è possibile non è possibile perseguire il silenzio "perfetto" se non con alcuni accorgimenti che descriviamo in queste pagine che in ogni caso non possono essere risolutivi. Ma soprattutto, non è corretto perseguire quei parametri caratterizzanti una **"buona acustica"** della sala considerando la necessità di ottenere la **cattiva intelligibilità del parlato** in modo che un addetto non sia distratto dalle parole pronunciate da un altro addetto, per esempio al telefono. In altri termini occorre da una parte **contenere al massimo la pressione sonora** presente all'interno e, dall'altra, fare in modo che il suono prodotto dalle diverse sorgenti sonore presenti, prime tra tutte la **voce umana, risulti il più possibile confuso in modo da essere poco intelligibile**. Infine, tutte quelle sorgenti sonore eliminabili vanno **chiuse all'interno di box silenziosi**: ecco che quindi avremo il locale delle stampanti e fotocopiatrici, connesse in rete a tutte le postazioni di lavoro, la sala riunioni e, su un piano, la saletta coffee a servizio di tutti i piani.

## Ristrutturazione della sede italiana di una multinazionale

Il case study descritto è un progetto reale, terminato l'anno scorso, condotto sulla base del progetto redatto dall'arch. **Riccardo Minelli di ArchiLabs**, a favore di un'azienda – colosso dei servizi a livello internazionale nel settore IT – che ha deciso di aumentare la densità degli addetti nei suoi uffici attraverso la ristrutturazione degli stessi; in particolare la superficie del desk è passata da 2,2 m a 1,8 m e le postazioni sono state distribuite su 4 piani di 1.000 mq ciascuno.

Lo studio è finalizzato, in primo luogo, alla **descrizione delle caratteristiche acustiche** dei quattro livelli "open space" che costituiscono l'insediamento, considerandoli nella situazione che si avrebbe seguendo l'originario progetto di partizioni e arredo.

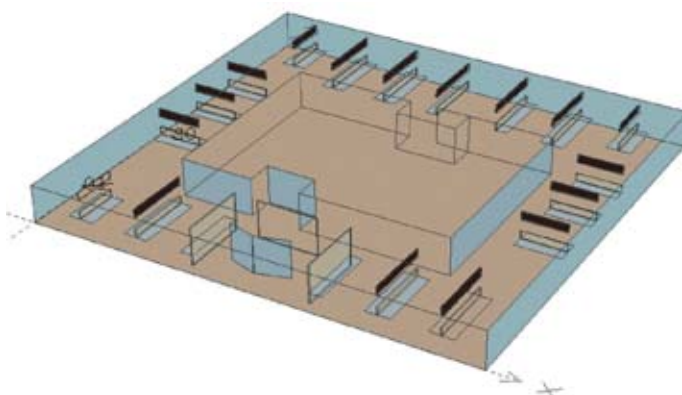
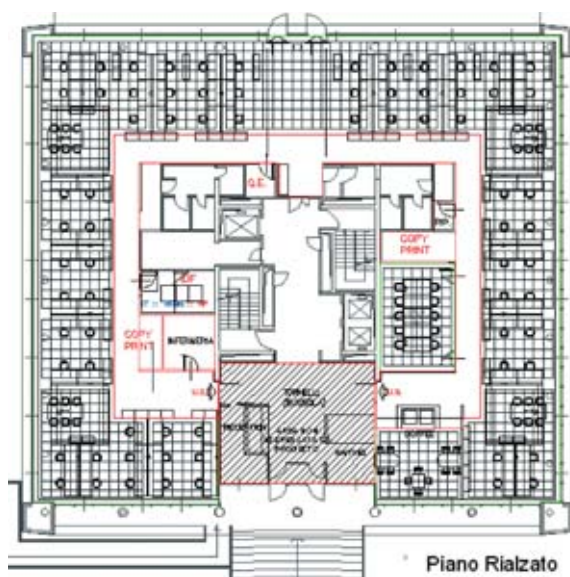
In secondo luogo l'analisi ha l'obiettivo di individuare accorgimenti tecnici e opere necessarie per migliorare le caratteristiche acustiche, con particolare attenzione al livello sonoro ambientale, al grado di indipen-

OLTRE AD ASSICURARE IL RISPETTO DELLE POLICY AZIENDALI DEL CLIENTE, CHE STABILISCONO LE DOTAZIONI E GLI STANDARD PER CIASCUN AMBIENTE, ARCHILABS, CON CONSULTING & MANAGEMENT INGEGNERIA ACUSTICA, HA SVILUPPATO UN ACCURATO STUDIO DELL'ACUSTICA FINALIZZATO ALLA DEFINIZIONE DELLE FORME ARCHITETTONICHE E DEI MATERIALI PIÙ ADEGUATI PER IL RAGGIUNGIMENTO DI UN ELEVATO LIVELLO DI COMFORT. ALLE AREE OPEN





SPACE SONO STATE AFFIANCATE NUMEROSE AREE DI SUPPORTO - INFORMAL MEETING AREA - COLLOCATE ALL'INTERNO DI ELEMENTI ARCHITETTONICI INTESI COME INTERRUZIONE DELLA RIPETIZIONE DEL LAYOUT. SI È POTUTO, IN QUESTO MODO, SVILUPPARE UN AMBIENTE OPEN, FRAZIONATO DA STRUTTURE PERMEABILI CHE NE DEFINISCONO L'ARCHITETTURA E, GRAZIE ALLE FORME ED AI MATERIALI, NE MIGLIORANO LE PRESTAZIONI ACUSTICHE



1. Mappa di un piano tipo

2. Rappresentazione grafica del modello acustico della sala in oggetto al piano tipo

denza acustica fra le postazioni separate, all'intelligibilità del parlato fra le postazioni non separate.

### Impostazione metodologica del lavoro

Il lavoro svolto è stato articolato in **tre sessioni**:

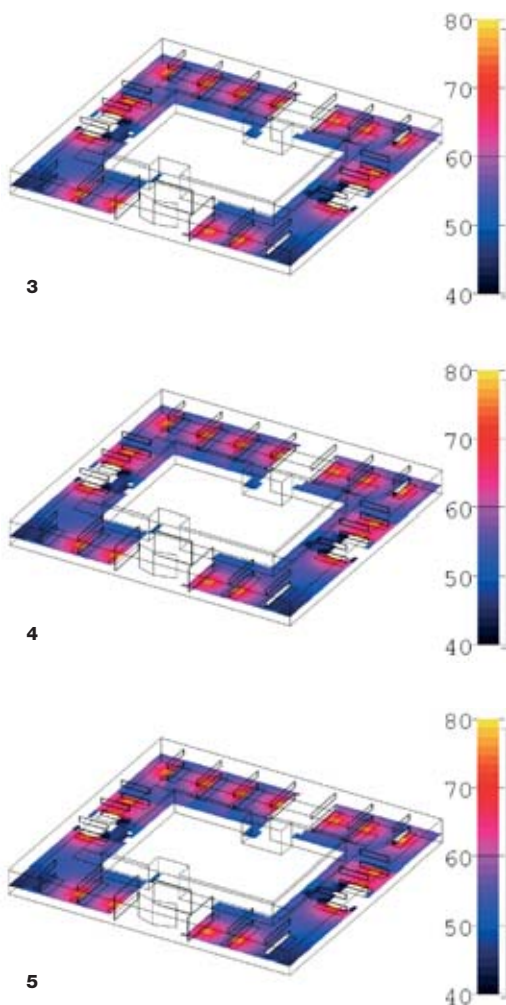
- 1) La prima sessione è dedicata al rilievo architettonico e materico, al sopralluogo sugli impianti esistenti e alla visione dei campioni dei nuovi arredi.
- 2) La seconda sessione è dedicata alla costruzione del modello virtuale della sala.
- 3) La terza sessione consiste nella riproduzione virtuale dei fenomeni sonori.

### Gli arredi previsti

I pannelli divisorii integrati nelle scrivanie (spine-walls) originariamente previsti erano vuoti all'interno e, per questo motivo, avevano uno scarso potere fonoisolante. La stoffa di finitura, di media grammatura, sempre a causa della cavità, faceva supporre mediocri caratteristiche di fonoassorbimento. Si è consigliata la **costipazione della cavità dello spinewall con materiale fonoassorbente ad alta densità** (lana minerale con densità di almeno 80 Kg/mc) che permettesse un adeguato potere fonoisolante e buone caratteristiche di assorbimento acustico.

### Costruzione del modello

Il modello (creato con un software proprietary appositamente dedicato e denominato CATT



**3.** Mappa dei livelli di pressione sonora con controsoffittatura Armstrong buffle e spynewall

**4.** Mappa dei livelli di pressione sonora con controsoffittatura Symetra (corridoio) Armstrong buffle e spynewall

**5.** Mappa dei livelli di Pressione sonora con controsoffittatura Saturn buffle e spynewall

Acoustic, prodotto dalla CATT di Gothenburg, Sweden) è costituito da 138 superfici a ciascuna delle quali è stato attribuito un coefficiente di assorbimento acustico descritto in banda di ottava nell'intervallo compreso fra 125 e 4000 Hz (tabella 1).

Sono state impostate le posizioni delle sorgenti in funzione dei diversi scenari di analisi: rumore generato dalle aree "copy print", rumore generato dalle aree ristoro, voce umana presso le postazioni di lavoro.

#### Scenari virtuali delle configurazioni previste

Si presentano 3 simulazioni caratterizzate da diverse tipologie della controsoffittatura.

La comparazione di funzionamento acustico rispetto ai valori di livello di pressione sonora

medi rilevati sul piano tipo evidenzia i seguenti aspetti:

- Il trattamento idoneo a rendere gli spinewall fonoisolanti, oltre che modestamente fonoassorbenti, risulta indispensabile.
- L'utilizzo di soli buffle non comporta sensibili miglioramenti.
- L'utilizzo di buffle combinato a spinewall comporta un modesto miglioramento rispetto alla configurazione con soli spinewall.
- La configurazione merceologica più favorevole per questo caso specifico è rappresentata dall'impiego totale di Armstrong Perla. Tuttavia si nota che lo scenario ottenuto con l'impiego di Symetra per la zona corridoi e Armstrong per la rimanente parte non comporta grandi scadimenti rispetto alla precedente.

#### Conclusioni

I livelli di pressione sonora immessi nell'ambiente dalle **presenze umane**, contemporaneamente attive, previste ai vari livelli, si attestano mediamente sul valore di **55 dBA** che può considerarsi adeguato data la tipologia open space che caratterizza tutti i piani considerati. I livelli di pressione sonora introdotti dalle postazioni stampante e ristoro risultano essere limitati, all'area di produzione dei medesimi. I valori percentuali di intelligibilità del parlato ottenuti e ottenibili nella configurazione open space indicano una dipendenza acustica estesa a circa il 50 % dell'intera superficie del piano per una sola postazione parlante. Tale prerogativa potrebbe essere in parte risolta dall'impiego di spinewall più alti.





## IMPROVING ACOUSTIC IN OPEN-SPACE OFFICES

### An exemplary case

*Silence is golden, the saying goes: indeed, silence is the hallmark of the most exclusive places and pursuing silence is expensive. So the profession of an Acoustic Engineer came into being in Italy twenty years ago.*

*Open-space offices are an entirely different matter from the other kinds of layout since, on the one hand the inside sound must be contained to the utmost and, on the other hand, the sound produced by the many sources of noise, first of all the human voice, should be as blurred as possible, in order to be not too intelligible. Finally, all eliminable sound sources must be shut up in muffled boxes.*

### Renovation of the Italian headquarters of an American multinational

*The expounded case study is an actual project completed last year and carried out on the basis of the project drawn up by architect Minelli, ArchiLabs, for an American multinational, that wanted to increase the density of employees in its offices through their renovation; in particular, the desk surface was reduced from 2,2 m to 1,8 m and workplaces were shared out over 4 floors, each of 1.000 sqm. The study describes the acoustic features and how to pinpoint the technical devices to improve them.*

*For instance, the spine walls completing the desk originally planned were empty inside, that's why they recommended to press down high density sound absorbent material into their hollow to provide for an adequate soundproofing and good sound absorbing features.* ■



**Tabella 1** Valori di assorbimento acustico dei materiali impiegati nelle simulazioni e nei calcoli espressi in Hz.

Materiale	Hz 125	250	500	1000	2000	4000
Contros. Armstrong Perla OP	0.50	0.85	0.95	0.90	0.97	0.97
Contros. Symetra Alfa 70	0.55	0.55	0.60	0.75	0.85	0.80
Contros. AMF Saturn	0.36	0.47	0.51	0.73	0.95	0.92
Contros. Corridoio Symetra	0.55	0.55	0.60	0.75	0.85	0.80
Pareti opache Universal Selecta	0.30	0.20	0.15	0.13	0.10	0.08
Pareti Trasparenti Universal Selecta	0.32	0.10	0.08	0.06	0.04	0.02
Sedute	0.44	0.54	0.60	0.62	0.58	0.50
Finestre	0.32	0.10	0.10	0.08	0.05	0.02
Moquette Interface floor	0.0	0.2	0.10	0.25	0.30	0.41
Buffles (contrsoff)	0.50	0.85	0.95	0.90	0.97	0.97
persone	0.30	0.41	0.49	0.84	0.87	0.84
Mobili fancoil	0.30	0.12	0.11	0.08	0.04	0.02
Mobili e tavoli	0.15	0.06	0.04	0.03	0.02	0.02
Spinewalls	0.3	0.5	0.10	0.15	0.25	0.30



di **Paolo Galaverna** Consulente acustico di Genesis Acoustic Workshop



## ACOUSTIC PROBLEM SOLVING

Conference room: problemi e possibili soluzioni

LA REALIZZAZIONE DI AMBIENTI DI LAVORO POCO RUMOROSI NON APPARE STRETTAMENTE CONNESSA ALLA SICUREZZA DEI LAVORATORI FINO A QUANDO NON SI PENSA ALLO STRESS E ALLE DIFFICOLTÀ DI CONCENTRAZIONE E DI RENDIMENTO LEGATI A CONDIZIONI ACUSTICHE SFAVOREVOLI. IN QUESTE PAGINE PAOLO GALAVERNA, CONSULENTE ACUSTICO DELLA GENESIS ACOUSTIC WORKSHOP, FOCALIZZA ALCUNI TRA I PIÙ FREQUENTI PROBLEMI DI ACUSTICA NELLA REALIZZAZIONE DI UNA SALA CONFERENZE E NE IDENTIFICA LE POSSIBILI SOLUZIONI.

Nel progetto del comfort acustico di una sala conferenze, il primo aspetto da considerare è riferito all'**isolamento fra i rumori interni ed esterni** con riferimento anche alla **rumorosità di fondo degli impianti tecnologici** presenti in sala, da quelli termici a quelli di illuminazione, ecc. Questo aspetto presuppone interventi a livello di strutture e sulla progettazione degli impianti.

Innanzitutto bisogna vedere se è una sala che proviene da una ristrutturazione o se si tratta di una sala di nuova costruzione. Nel primo caso bisogna verificare **quanto sia isolata, come sono fatte le strutture murarie** e se le loro caratteristiche sono compatibili con gli utilizzi previsti; nel caso di sale di nuova costruzione, invece, bisogna determinare la **tipologia di struttura da utilizzare** (parete piena, parete di tamponamento con struttura a colonne ecc...) per poi dimensionarla adeguatamente.

Poi bisogna **difendersi dai rumori generati dai macchinari** necessari al funzionamento. Nel caso di una sala riunione, per esempio, per limitare la rumorosità degli impianti termici si può agire direttamente sulla progettazione dell'impianto adottando con il termotecnico vari espedienti, uno dei quali è la **riduzione della velocità della mandata dell'aria**, che si può ottenere aumentando la facciata delle griglie di condizionamento e diminuendo la velocità dell'aria in modo tale che la portata rimanga invariata. Altro esempio potrebbe essere riferito al **rumore causato dalle ventole dei videoproiettori**, in questo caso si potrebbe

### 1. King's Place Theatre, Londra King di Deko (Estel Group) Design Estel R&D

Poltrona studiata appositamente per il King's Place Theatre di Londra, firmato da Dixon Jones; unisce la comodità estrema, la cura nei dettagli, con ottime caratteristiche di fonoassorbimento e silenziosità. I fori sotto il sedile permettono di aumentare la fonoassorbimento

It is the armchair especially designed for the King's Place Theatre in London, signed by Dixon Jones; it is extremely comfortable, caring in its details and its optimal sound absorption. The holes under the seats increase sound absorption

### 2. Auditorium CERN, Ginevra Collision

Design Ilona Rista  
Presso l'auditorium principale del CERN, Organizzazione Europea per le Ricerche Nucleari, è stato inaugurato un grande bassorilievo denominato Collision, opera di Ilona Rista, artista finlandese nota in particolare per i suoi pionieristici pannelli acustici in legno

A large wooden relief named Collision designed by Ilona Rista, Finnish artist especially well known for her pioneering work with acoustic wood panels, has been unveiled in the recently renovated Main Auditorium of CERN, the European Organization for Nuclear Research, located in Geneva

### 3. Università Luiss, Roma Ultima Canopy di Armstrong Armstrong Building Products

Un moderno polo universitario, dotato di tecnologie all'avanguardia, realizzato grazie ad un adeguamento funzionale e impiantistico e a lavori di restauro conservativo che ha mantenuto inalterate le caratteristiche di sobrietà ed eleganza del complesso architettonico nel tempo. Per la realizzazione dell'Aula magna sono stati utilizzati i pannelli in minerale Ultima Canopy, Sabbia e controsoffitti metallici Orcal Gema



A modern university centre supplied with cutting-edge technologies, carried out through a functional and plant-engineering adjustment and a conservative restoration, that has kept the characteristics of simplicity and elegance of the architectural complex unchanged over time. For the carrying out of the great hall panels in mineral Ultima Canopy, Sabbia and contact ceilings in metal Orcal Gema

**4. Università del Piemonte Orientale di "Avigadro", NO**  
**Steel di Deko (Estel Group)**  
**Design Scagnellato e Pinaffo**  
 Nella realizzazione chiavi in mano della nuova Aula magna, sono state scelte le sedute Steel dotate di tavolino retroschienale. La fornitura prevedeva l'installazione di tutti gli arredi, dei rivestimenti murali con pannelli fonoassorbenti, del controsoffitto in lamiera, del pavimento sopraelevato inclinato e di sistemi audio/video all'avanguardia. Notevole successo hanno avuto i sistemi tecnologici per persone diversamente abili

The contract supply for the new great hall included Steel chairs supplied with tablet on the rear part of the back and provided for the installation of all furnishings, sound absorbent panelling, contact ceiling in sheet, inclined access floor and cutting-edge audio/video aids. Also the technological systems meant for the disabled met with great success

**5. Konzum Academy, Zagabria**  
**Steel di Deko (Estel Group)**  
**Design Scagnellato e Pinaffo**  
 Konzum Academy è un importante progetto finanziato dalla società croata Konzum, per la formazione del personale. La poltrona Steel è stata scelta unitamente ai banchi scuola multimediali. L'arredo è stato fornito con soluzioni personalizzate

Konzum Academy is an important project backed by the Croatian company Konzum, for the training of the staff. The Steel chair was chosen together with the multimedia school desks. Furnishings include personalized models



creare una nicchia nel controsoffitto in modo tale che il rumore venga limitato alla fonte. Un altro aspetto da considerare è quello riferito alla risposta acustica della sala, **strettamente connesso con la scelta degli arredi e dei materiali di rivestimento dell'ambiente**. Questo aspetto sostanzialmente si riferisce alla **mancanza di echi**, alla possibilità di ottenere **un'ottima intelligibilità del parlato**, al fatto di garantire prestazioni acustiche ottimali anche **in assenza di un impianto di amplificazione**, o anche alla richiesta di prestazioni acustiche variabili secondo le varie esigenze (dallo svolgimento di convegni, alla visione di audiovisivi in Dolby-surround all'ascolto di concerti). In sostanza la sala deve "funzionare" mediamente bene nelle varie situazioni per essere predisposta per un **utilizzo polivalente**. Purtroppo non sempre si riesce a rispondere a tutte queste esigenze e quindi a garantire un'ottima prestazione acustica della sala, a meno che non si utilizzino opportuni accorgimenti. Di solito si suggerisce di progettare pa-

reti o soffitti con **pannelli girevoli realizzati con materiali con prestazioni acustiche diverse sui due lati**; giocando sulle finiture e sul posizionamento dei pannelli sulle pareti laterali si può ad esempio ottenere una risposta acustica variabile, pur modificando leggermente la forma della sala. Ovviamente bisogna considerare che un intervento di questo tipo va fatto con la **supervisione estetica dell'architetto** che potrebbe richiedere specifici requisiti estetici ai materiali e imporre l'utilizzo in determinate zone della sala. Fatto questo si può decidere su quali superfici intervenire per aumentare o diminuire l'assorbimento acustico, che significa in subordine la **scelta dell'arredamento, dei tendaggi e delle finiture delle pareti, del pavimento e del soffitto**. Sempre allo scopo di garantire la risposta acustica della sala, si può **variare leggermente la forma**, realizzando ad esempio un **controsoffitto sagomato invece che piatto**, oppure intervenendo sulle **pareti laterali, che potrebbero essere progettate "a lisca di pesce" invece**



**6. Istituto Marconi, Piacenza**  
**Steel di Deko (Estel Group)**  
**Design Scagnellato e Pinaffo**  
 Nella sala conferenze dell'Istituto G. Marconi, le poltrone Steel, dotate di tavolino retroschienale, si inseriscono perfettamente all'interno di un contesto decisamente moderno

At the conference room of Istituto G. Marconi, the Steel chairs, supplied with tablet on the rear part of the back, fit into a definitely modern context perfectly

## ACOUSTIC PROBLEM SOLVING

### Conference room: problems and possible solutions

*On these pages Paolo Galaverna, acoustic consultant at Genesis Acoustic Workshop, pinpoints some of the most frequent acoustic problems in the carrying out of a conference room and the possible solutions.*

*An acoustic comfort design for a conference room should first consider the **deadening between inside and outside noises**.*

*Then, **the protection from noises produced by machineries**, for instance one possible device is to increase the front of the air conditioning louvres and reduce the air speed.*

*Another example could be referred to the **noise produced by the fans of the video projectors**, in this case we could form a niche in the contact ceiling so that the noise is reduced at the source.*

*The acoustic response of the room is also to be considered, as it is **strictly linked to the choice of furniture and facing materials**.*

*This aspect basically refers to the **lack of echoes**, the possibility to obtain **an excellent intelligibility of dialogues** and an excellent acoustic performance even **failing an amplification system**.*

*Still to ensure the acoustic response of the room we could **slightly change the shape**, for instance with a **shaped instead than flat contact ceiling**, or with **'fishbone' side walls** instead of parallel.*

*One more important step concerns the choice of furniture, chairs to curtains, and the **materials to face walls, contact ceilings and floors with a special acoustic efficiency**.*

*As far as chairs are concerned, generally speaking **the softer the surface exposed is – either cloth or fabric – the higher the absorbence is**.*

che parallele, o comunque leggermente inclinate dalla platea verso il fondo della sala.

Altro step importante riguarda la scelta degli arredi, dalle poltrone alle tende, e i **materiali di copertura di pareti, controsoffitti e pavimenti che hanno particolari prestazioni acustiche**, mi riferisco a varie tipologie di pannelli prodotti da società specializzate, dai pannelli in compensato composti da legno macinato, incollato e pressato, a quelli di copertura in legno o metallo scanalato, alle pareti realizzate con parte a vista in moquette o stoffa tesa, o altro.

Per quanto riguarda la scelta delle poltrone queste possono variare dai modelli di base completamente in plastica a quelle con solo la seduta imbottita, fino ai modelli con anche schienale e braccioli imbottiti. In linea generale una **maggiore assorbenza è garantita quanto maggiore è la superficie morbida esposta**, che può essere di tela o di tessuto.

A parità di budget, **la scelta della poltrona va messa in relazione con quella del pavimento**; quindi se ad esempio si vuole utilizzare un pavimento realizzato con materiali riflettenti, quali il legno o il marmo, è meglio scegliere poltrone abbastanza assorbenti, mentre se si sce-

glie ad esempio il pavimento in moquette o di tessuto pesante (iuta ecc.), la scelta della poltrona è più libera.

### Impianto audiovisivo

In linea generale, per garantire la massima versatilità e prestazione dell'impianto, e avere nello stesso tempo una certa libertà di scelta di materiali e finiture degli allestimenti, bisogna utilizzare **impianti audiovisivi sofisticati, che possano compensare eventuali lacune acustiche derivanti dalla scelta degli allestimenti**. Al contrario, quando le scelte degli allestimenti garantiscono una risposta acustica perfetta della sala ci si può permettere di utilizzare impianti audiovisivi di minor pregio che, pur garantendo ottime prestazioni, non hanno caratteristiche tecniche aggiuntive mirate a correggere la risposta acustica della sala.

Se ad esempio si deve realizzare una sala conferenza in un palazzo storico in cui è impossibile apportare modifiche a pareti e soffitti, l'unica via d'uscita per garantire la prestazione acustica richiesta è agire sulla scelta dell'impianto audiovisivo e sul suo posizionamento, ovviamente questo presuppone maggiori budget. ■



**DucaRe è disponibile presso  
i nostri rivenditori:**

**Castiglioni & Gitzl**  
Via Dante 35/A  
39042 Bressanone (BZ)  
Tel: 0472830936

**Corridi Sas**  
Circ. ne Nomentana, 490A/492  
00162 Roma (RM)  
Tel: 0644252010

**Dimensione Ufficio**  
Via Cesena, 12/E  
40026 Imola (BO)  
Tel: 0542641858

**Mastruzzi Srl**  
Via Parigi, 4B/4C  
46047 Porto Mantovano (MN)  
Tel: 0376393918

**Nipe Arredamenti**  
Via della cooperazione, 135  
38123 Mattarello (TN)  
Tel: 0461822338

**Riva Arredamenti BG**  
Largo Porta Nuova, 12  
24122 Bergamo (BG)  
Tel: 035233240

**Riva Arredamenti BS**  
Via Labirinto, 29  
25125 Brescia (BS)  
Tel: 0303531555

**Sistemi Ufficio**  
Corso Pavia, 73  
27029 Vigevano (PV)  
Tel: 038183893

**S.M.A. Store**  
Via S. B. Valfrè, 4  
10121 Torino (TO)  
Tel: 011535433

**Spazio Tre**  
Viale Palmanova, 187  
33100 Udine (UD)  
Tel: 0432601047

**Tecnova Srl**  
via Emilia Ponente, 51  
48018 Faenza (RA)  
Tel: 0546622211

**Produttore:**  
Züco Bürositzmöbel AG,  
CH-9445 Rebstein,  
[www.zueco.com](http://www.zueco.com)

**Distributore/Showroom:**  
Dauphin Italia Srl  
Via Gaetano Crespi 12  
20134 Milano  
Tel: +39 02 76 01 83 94  
[info@dauphin.it](mailto:info@dauphin.it)  
[www.dauphin.it](http://www.dauphin.it)

Dauphin HumanDesign® Group

**DUCARE – LINEE SINUOSE ED  
ECCELLENTE LAVORAZIONE FANNO  
DI DUCARE UNA SEDUTA REGALE**

[www.zueco.com](http://www.zueco.com)



Design: Rüdiger Schaack & Roland Zünd

SWISS QUALITY  
**zueco**

dal nostro inviato Aurelia Debellis



# SIMPLY SMARTER OFFICE PLANTRONICS

Lavorare in ufficio non è mai stato più smart

GLI ULTIMI PRODOTTI MULTI TASKING PLANTRONICS SONO STATI PRESENTATI DURANTE L'INAUGURAZIONE DELLA NUOVA SEDE BRITANNICA DEL BRAND CHE SI È SVOLTA A SWINDON LO SCORSO 7 GIUGNO: AMBIENTI DI LAVORO HIGH- TECH E RICCHI DI ACCORGIMENTI SPAZIALI PER UNA PIACEVOLE PERMANENZA. ALTI LIVELLI DI TECNOLOGIA E UN DESIGN NATO DALLE ESIGENZE DEI DIPENDENTI SONO I PUNTI DI FORZA DEL SIMPLY SMARTER OFFICE. TRE LE PAROLE CHIAVE: CONCENTRAZIONE, COMUNICAZIONE, CONTEMPLAZIONE.

Un appuntamento molto friendly ha coinvolto la stampa e l'intera comunità di Swindon nell'inaugurazione della **nuova sede operativa e ingegneristica di Plantronics**, azienda leader da 50 anni nel settore delle **apparecchiature bluetooth per uffici**, che ha voluto far coincidere questo evento con la presentazione di nuovi prodotti dalle molteplici possibilità di utilizzo per lanciare in maniera radicale il **concetto di simply smarter office**.

Come il presidente dell'azienda, **Ken Kannappan**, ha tenuto a sottolineare, i nuovi spazi del brand costituiscono una vera e propria "palestra" per i dipendenti che per primi sono protagonisti di una svolta nella comunicazione e nell'organizzazione contemporanea degli uffici.

Il trend organizzativo più diffuso oggi, teso a ottimizzare costi e ruoli degli attori di una grande azienda, infatti, inquadra il lavoro sempre più come **l'attività che si svolge piuttosto che il luogo dove quotidianamente ci si reca**: lavoratori nomadi e telelavoro sono concetti acquisiti e metabolizzati dall'ufficio, videoconferenze e meeting a distanza, strumenti di collaborazione consolidati. **In questo scenario il ruolo delle nuove tecnologie bluetooth è assolutamente prioritario** e, come si è sottolineato più volte nel corso della presentazione, determina l'instaurarsi di collaborazioni fluide e benessere nell'ufficio.

Plantronics ha da sempre interpretato le necessità di comunicazione dell'azienda di oggi, ragion per cui nel corso del tempo ha stretto importanti **joint ventures con i principali marchi della telefonia** e dell'informatica per realizzare tecnologie agili al servizio di ogni utente. Tutti i prodotti appena lanciati beneficiano delle collaborazioni con **Skype, Microsoft, Avaya, Apple e dell'Istant meeting system** sviluppato internamente per offrire una piattaforma di interscambio completa e multi tasking: auricolari leggerissimi connessi a dock station ergonomiche ed essenziali consentono in tempo reale di comunicare nell'ufficio e verso l'esterno, combinando il traffico diretto al cellulare, al PC e alla postazione fissa, e rendono il lavoratore localizzabile nella geografia del team work. Il loro punto di forza sta nell'immediatezza ed intuitività di utilizzo (lo si indossa, si è ON, ed automaticamente vengono deviati in

**5. "Capsula" per collaborare o concentrarsi individualmente, isolata acusticamente ma non visivamente dall'open space**

"Capsule" to cooperate or concentrate, soundproofed yet visible from the open space

**6. Piccola sala riunione per meeting brevi fra collaboratori, che sono visivamente sempre collegati all'open space operativo circostante**

Small room for short meetings with coworkers, still visually connected with the surrounding open space





3

**1. Il taglio del nastro da parte del presidente Plantronics Ken Kannappan e del sindaco di Swindon**

Ken Kannappan, chairman of Plantronics and the Mayor of Swindon at the opening ceremony

**2. George Coffin, EMEA facilities manager, disteso su una "work bench"**

George Coffin, EMEA facilities manager, stretched out on a "work bench"

**3. Area lounge per attesa e comunicazione**

Lounge area for relax and communication

**4. Postazioni operative nell'open space, caratterizzate dalle funzioni di comunicazione e collaborazione**

Task workplaces in the open space office, marked by communication and cooperation functions



4



5



5



6



6

auricolare messaggi e chiamate in entrata; lo si toglie, OFF), a dispetto delle infinite possibilità che offre, in piena coerenza con il motto della simply smarter communication: **la tecnologia scompare, solo la comunicazione resta.**

A documentare con la propria esperienza personale di direttrice della divisione uffici **Glaxo Smith Gita Katbamna**, è intervenuta descrivendo le complesse dinamiche di un'azienda tanto grande e ramificata nel mondo, che ha tratto innumerevoli benefici dall'adozione delle apparecchiature Plantronics in termini di semplificazione della comunicazione interna e di incremento dell'operatività dei lavoratori dovuto alla possibilità combinata di lavorare dalle postazioni o da qualunque altro luogo.

E l'adozione della simply smarter communication è stata un elemento chiave per riorganizzare i precedenti spazi uffici in nuovi luoghi di lavoro attenti a ogni esigenza di chi vi lavora: **open spaces luminosi** ed attentamente controllati dal punto di vista acustico con **pannelli a soffitto** e a **pareti fonoassorbenti celate dietro immagini di grande impatto visivo**, ma anche **sale riunioni** di tipo tradizionale o di nuova concezione, **capsule di vetro seminate nello spazio operativo**. Il tutto rigorosamente studiato perché **l'acustica sia perfetta** e adatta ad ogni attività, permanente od occasionale, che lì abbia luogo.

Non mancano, per diretta ammissione di **George Coffin, EMEA facilities manager** dell'azienda, "citazioni" dell'ufficio Vitra (già pre-



**7. Sala riunioni informale**  
con divanetto anziché sedute  
tradizionali

An informal meeting room  
with settee instead of ordinary  
chairs

**8. Soft seating per relax  
e meeting informali**

Soft seating for relax  
and informal meetings



8



9

**9. Mensa aziendale con tavoli**  
disposti per permettere a tutti  
di trovare il proprio momento  
di relax. Pannelli  
fonoassorbenti coperti  
da immagini della Natura per  
un clima calmo

Staff canteen with tables in  
different arrangements so that  
everyone can relax for a while.  
Sound absorbent panels  
covered by pictures of Nature  
provide for a quiet atmosphere

**10. Area per relax  
e contemplazione**

Area for relax  
and contemplation



10

## SIMPLY SMARTER OFFICE

### Multitasking products Plantronics for a perfect acoustics

The latest multitasking products Plantronics were presented at the opening of the new British office of the brand, that took place at Swindon last June 7th: high-tech working environments rich in planning devices to allow a pleasant stay. Top-level technology and a design based on the employees's requirements are the strong points of the Simply smarter office. Three keywords: concentrate, communicate, contemplate.

sentato da us-ufficiostile nel numero 4/10): **spazi relax, cromie legate alla Natura, postazioni per il lavoro isolato**, divani imbottiti dallo schienale alto, una **kitchenette** affiancata ad una piccola **sala giochi**, ma la particolarità di questo layout dipende dal fatto che sia nato direttamente dall'ascolto delle necessità dell'azienda e dei suoi dipendenti. La progettazione degli spazi lavorativi, infatti, è stata sviluppata internamente a Plantronics, **elaborando suggerimenti e preferenze dei lavoratori stessi**, e ciò ne fa ambienti attuali e democratici, di cui si è rilevato essere pari al 75% l'indice di gradimento da parte del personale. Oltre agli uffici la nuova location ospita al piano inferiore i **laboratori di ingegneria e di prova dei prodotti**, in sinergia totale delle energie aziendali, dove i dipendenti sono i primi tester delle novità che poi l'azienda immetterà sul mercato di domani.

As stressed by the chairman of the company, **Ken Kannappan**, the new offices of the brand are an actual "gym" for the staff, who played a chief role for a turning point in communication and the contemporary organization of the offices. Today the most popular organizational trend, aiming at optimizing the costs and roles of the actors in a big company, is increasingly based on the concept that work is not just a place but **the job done rather than the place where we go daily**. In this scenario the new **bluetooth technologies play an absolutely overriding role**. Plantronics, always concerned with the current firm's need to communicate, entered into some important **joint ventures with the leading brands of telephony and IT** to carry out agile technologies for all users: the lightest hands-free sets connected to ergonomic and basic dock stations allow real-time communication inside and outside the office, both from cellphone, PC and desk phone, and the worker can be located in the geography of the teamwork. Their strong point lies in the immediacy and intuitiveness of use, fully consistent with the motto of the simply smarter communication: **technology flies away, communication remains**. The choice of simply smarter communication was a key factor to reorganize the previous office space in new workplaces conscious of the worker's needs: **bright open spaces** carefully controlled from the acoustic point of view, through **ceiling panels** and **sound absorbent walls hidden behind some visually impacting pictures**, but also conventional or new-concept meeting rooms, **glass capsules all over the working space**. Everything carefully studied to obtain a **perfect acoustics** suitable for all jobs done there, permanent or occasional. **George Coffin**, EMEA facilities manager at the company describe **break areas, shades of colours inspired by nature, informal workplaces for secluded work, kitchenette, playroom**. Actually the planning of the working areas was entirely developed in-house, **by working out proposals and preferences coming from the workers**, and that resulted in fashionable and informal rooms appreciated by 75% of the staff.





*più verde, meno stress*

Progettiamo, realizziamo e manteniamo  
il verde nel tuo ufficio

HW<sup>®</sup>STYLE  
HEALTH FOR YOUR SPACE  
*green passion*

Maggiori informazioni su:  
[www.hw-style.it](http://www.hw-style.it)

Numero Verde  
800-064625



di Edith Forte, Fortebis



## QUALITÀ SONORA

La condizione spaziale  
come veicolo di emozioni

IL RITMO INCALZANTE DELLA SOCIETÀ E LA MOLTEPLICITÀ DI SUONI E RUMORI CHE ACCOMPAGNANO I MOMENTI DEL NOSTRO QUOTIDIANO CI INDUCONO A PENSARE CHE QUESTA SIA LA NATURALE CONDIZIONE DI UN VISSUTO CHE ORMAI CI APPARTIENE E CI PERVADE. MA BASTA ALLONTANARSI UN ATTIMO, FISICAMENTE E MENTALMENTE, DALLE "FONTI" PER PERCEPIRE RINNOVATE SENSAZIONI DOVE L'INDIVIDUO PUÒ RI-TROVARE LE CONDIZIONI MIGLIORI DI BENESSERE E DI CONCENTRAZIONE.



**1. Materiali, colori e sistemi integrati per un elevato comfort ambientale nel progetto del Headquarters Hewlett Packard DCS a Roma**

Materials, colours and integrated systems for a high environmental comfort planned for the Rome Headquarters of Hewlett Packard DCS

**2. Negli spazi ricreativi e nella sala convegni di CASC Banca d'Italia a Roma le scelte architettoniche e di immagine sono integrate con i materiali per un'ottimizzazione degli aspetti tecnici**

In recreational and conference rooms at CASC Banca d'Italia in Rome the architectural and image choices take the material into account to optimize the technical aspects

**3. Nella sala convegni CASC Banca d'Italia a Roma la spazialità è finalizzata alla migliore diffusione sonora**

Spatiality in the conference room at CASC Banca d'Italia in Rome aims at the best sound diffusion

La difesa dal rumore è un'esigenza primaria, non solo da un punto di vista di pura applicazione di obblighi di legge, ma di qualità globale del progetto inteso come **ottimizzazione delle condizioni di ascolto e di privacy** attraverso l'attribuzione di una **valenza fisica e psicologica** a ciò che interessa l'udito delle persone. La tendenza è ormai chiara e mira, attraverso normative specifiche, a garantire "prodotti" edilizi di qualità. Dopo aver rivolto l'attenzione a interventi di risparmio energetico, necessari per una riduzione dei consumi e dell'inquinamento, si punta ora a provvedimenti di miglioramento dell'isolamento acustico (basti pensare al recepimento della norma **UNI 11367** "Acustica in edilizia - Classificazione acustica delle unità immobiliari - Procedura di valutazione e verifica in opera").

Anche il processo di **certificazione LEED**, ormai riconosciuto a livello internazionale come elemento qualificante di un buon progetto, ha ritenuto che fra i prerequisiti di un edificio sostenibile (nell'eccezione più ampia del termine di qualità indoor e outdoor) debbano essere considerati tutti quegli accorgimenti territoriali (scelta della location del sito) e progettuali (scelta integrata di soluzioni spaziali e di materiali) il cui impatto acustico sia ridotto al minimo.

Il progetto acustico non può essere inteso come momento a se stante o successivo al concept, ma deve rappresentare **un elemento del tavolo di confronto** dove l'architetto responsabile integra competenze e professionalità per raggiungere il miglior risultato sia per il committente sia per l'utente finale che fruirà degli spazi progettati. E questo approccio metodologico vale per ogni tipo di intervento, dalla piccola ristrutturazione al progetto della grande opera.

Spesso infatti l'architetto che non governa l'intero processo di progettazione si trova a dover subire soluzioni "invasive" rispetto a scelte architettoniche e di immagine già operate; la specificità tecnica di alcuni interventi obbliga a brusche virate del progetto che rischiano di "snaturare" il luogo in ragione di soluzioni che potrebbero ridurre le condizio-





**4.** Negli uffici open space del Headquarters Wind Telecomunicazioni a Roma la forma curva delle sale meeting crea un ambiente dinamico e funzionale

The open-planned offices at the Rome Headquarters of Wind Telecomunicazioni in Rome feature curved meeting rooms to create a dynamic and functional setting

**5.** Nell'open space del Headquarters Hewlett Packard DCS a Roma il controsoffitto è usato come elemento di modulazione degli effetti sonori e i box meeting coniugano trasparenza e controllo dell'acustica

The open space at the Rome headquarters of Hewlett Packard DCS features a contact ceiling used to modulate the sound effects and the meeting cubicles combine transparency and sound control

## SOUND QUALITY

### *The condition of space as a vehicle of emotions*

*The frenzied pace of society and multiplicity of sounds and noises that come with our daily life lead us to consider this condition as a natural and pervading condition by now part of us. But if leave, physically and mentally, the "sources", we can feel renewed sensations enabling us to find the best conditions of wellbeing and concentration again.*

*To protect oneself from noise is a primary need, not only to comply with the rules but to achieve a global quality of the project meant as **optimization of earing and privacy conditions**, by attaching a **physical and psychological importance** to what concerns people's hearing. Even the **procedure for a Leed certification**, by now recognized worldwide as a key factor of a good project, has among its prerequisites for a sustainable building all those devices used to reduce the sound impact to the minimum. So, what are the designer's responsibilities? First of all maximum **attention to the context and confined space** from the first stages of the concept; every action must take into account the kind of noise produced by the task performed and the sound requisites of the room. Also, the architect shall be able to "**interpret**" the **technical rules** with shapes and choices consistent with the overall look. However excellence may be attained only when the project can change the room into the physical place, where even **sound perception becomes a vehicle of emotions**, either of comfort (abatment of noise sources in offices, hotels, shopping malls) or of wellbeing and relaxation (sound diffusion in spa, lounge or waiting areas, concert halls and shops).*



ni generali di benessere e comfort ambientale. Quali allora le responsabilità del progettista? In primo luogo **l'attenzione al contesto ed allo spazio confinato** deve essere massima fin dalle prime fasi del concept di un progetto; ogni intervento deve tenere conto del tipo di rumore generato dall'attività svolta e dei requisiti acustici che, di conseguenza, l'ambiente deve possedere.

A seguire, l'architetto dovrà avere la capacità di **"interpretare" le norme tecniche** in forme e soluzioni integrate con l'immagine d'insieme: una curva, un andamento non lineare del con-

trosoffitto, il posizionamento e la scelta degli arredi, la segregazione delle fonti di rumore, ecc.

L'eccellenza si può raggiungere però solo quando il progetto riesce a far diventare lo spazio il luogo fisico dove **anche la percezione acustica diventa veicolo di emozioni** sia che esse siano di comfort (abbattimento delle fonti di rumore negli uffici, nelle strutture ricettive, nei centri commerciali) sia che siano di benessere e di relax (diffusione sonora nelle SPA, nelle aree lounge o di attesa, negli auditorium, nel retail).

## BILANCIO CONSOLIDATO AL 31.12.2010

Gruppo 24 ORE		STATO PATRIMONIALE		Valori in migliaia di euro	
ATTIVITÀ		PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ			
	31.12.2010	31.12.2009		31.12.2010	31.12.2009
<b>Attività non correnti</b>			<b>A) Patrimonio netto</b>		
Immobili, impianti e macchinari	84.769	90.523	<b>Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante</b>		
Avviamento	73.111	72.867	Capitale sociale	35.124	35.124
Attività immateriali	89.958	100.511	Riserve di capitale	180.316	180.316
Partecipazioni in società collegate e joint venture	3.091	3.098	Riserve di rivalutazione	20.561	20.561
Attività finanziarie disponibili per la vendita	1.179	2.903	Riserve di copertura e di traduzione	(339)	(333)
Altre attività finanziarie non correnti	19.766	19.227	Riserve - Altre	25.995	34.961
Altre attività non correnti	1.218	773	Utili/(Perdite) portati a nuovo	35.609	78.799
Attività per imposte anticipate	41.336	29.617	Utile (Perdita) attribuibile ad azionisti della controllante	(40.100)	(52.564)
<b>Totale</b>	<b>314.428</b>	<b>319.519</b>	<b>Totale</b>	<b>257.166</b>	<b>296.864</b>
			<b>Patrimonio netto attribuibile a partecipazioni di minoranza</b>		
<b>Attività correnti</b>			Capitale e riserve attribuibili	608	1.497
Rimanenze	9.952	15.433	a partecipazioni di minoranza		
Crediti commerciali	178.662	193.537	Utile (perdita) attribuibile a partecipazioni di minoranza	(312)	(779)
Altri crediti	13.141	12.517	<b>Totale</b>	<b>296</b>	<b>718</b>
Altre attività correnti	6.222	6.847	<b>Totale Patrimonio netto</b>	<b>257.462</b>	<b>297.581</b>
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	76.713	95.277			
<b>Totale</b>	<b>284.690</b>	<b>323.611</b>	<b>B) Passività non correnti</b>		
			Passività finanziarie non correnti	8.109	10.886
Attività destinate alla vendita	-	2.992	Benefici ai dipendenti	37.051	38.786
<b>TOTALE ATTIVITÀ</b>	<b>599.118</b>	<b>646.122</b>	Passività per imposte differite	19.047	20.997
			Fondi rischi e oneri	16.789	19.209
			Altre passività non correnti	74	34
			<b>Totale</b>	<b>81.070</b>	<b>89.912</b>
			<b>C) Passività correnti</b>		
			Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno	3.084	3.633
			Passività finanziarie detenute per la negoziazione	468	459
			Debiti commerciali	162.649	161.077
			Altre passività correnti	9.675	8.792
			Altri debiti	84.711	84.195
			<b>Totale</b>	<b>260.586</b>	<b>258.156</b>
			Passività destinate alla vendita	-	472
			<b>Totale passività</b>	<b>341.656</b>	<b>348.540</b>
			<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ</b>	<b>599.118</b>	<b>646.122</b>

Gruppo 24 ORE		CONTO ECONOMICO		Valori in migliaia di euro	
	2010	2009		2010	2009
Ricavi quotidiani, libri e periodici	137.421	155.443	<b>Risultato operativo</b>	<b>(47.824)</b>	<b>(67.470)</b>
Ricavi pubblicitari	182.804	187.559	Proventi finanziari	1.761	3.046
Altri ricavi	161.746	159.700	Oneri finanziari	(699)	(596)
<b>Totale ricavi</b>	<b>481.971</b>	<b>502.702</b>	<b>Totale Proventi (Oneri) finanziari</b>	<b>1.061</b>	<b>2.450</b>
Altri proventi operativi	18.030	14.359	Altri proventi (oneri) da attività e passività di investimento	(1.884)	(555)
Costi del personale	(189.975)	(203.207)	Utili (perdite) da valutazione partecipazioni	(12)	(1.168)
Variazione delle rimanenze	(6.154)	(2.966)	<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(48.659)</b>	<b>(66.743)</b>
Acquisti materie prime e di consumo	(24.795)	(34.299)	Imposte sul reddito	8.247	13.400
Costi per servizi	(235.415)	(243.605)	<b>Risultato delle attività in funzionamento</b>	<b>(40.412)</b>	<b>(53.343)</b>
Costi per godimento di beni di terzi	(35.463)	(33.443)	<b>Risultato delle attività cessate</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Oneri diversi di gestione	(13.081)	(14.290)	<b>Risultato netto</b>	<b>(40.412)</b>	<b>(53.343)</b>
Accantonamenti	(3.469)	(2.286)	<b>Risultato attribuibile a partecipazioni di minoranza</b>	<b>(312)</b>	<b>(779)</b>
Svalutazione crediti	(8.426)	(7.650)	<b>Risultato attribuibile ad azionisti della controllante</b>	<b>(40.100)</b>	<b>(52.564)</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(16.777)</b>	<b>24.685</b>	Utile per azione-base in euro	(0,32)	(0,39)
Ammortamenti attività immateriali	(18.101)	(19.776)	Utile per azione-diluito in euro	(0,32)	(0,39)
Ammortamenti attività materiali	(11.456)	(11.565)			
Perdita di valore di attività materiali e immateriali	-	(11.716)			
Plus/minusvalenze da cessione att. non corr.	(1.489)	272			



di Paolo Galaverna

Genesis Acoustic Workshop

Si vedano anche le soluzioni dedicate al comfort acustico pubblicate nei numeri 1/2011 e 2/2011 di us-ufficiostile (flip magazine on line: [www.living24.it](http://www.living24.it))



## VETRO È BELLO, MA...

Comfort acustico e sistemi di pareti interne vetrate

IN TEMA DI COMFORT ACUSTICO, L'INSERIMENTO DI SISTEMI DI PARETI INTERNE VETRATE PONE QUALCHE PROBLEMA IN PIÙ AL PROGETTISTA, SIA PER L'ISOLAMENTO ACUSTICO DAGLI AMBIENTI CIRCOSTANTI, SIA PER LA CREAZIONE DI UN'ACUSTICA OTTIMALE NEGLI SPAZI INTERCLUSI.

Il problema nasce dall'esigenza di **conciliare esigenze contrapposte**: valorizzare le qualità estetiche del vetro lasciandolo tanto più "nudo" possibile e, contemporaneamente, contrastare la spiccata **capacità di riflettere le onde sonore propria di tutte le superfici lisce**. Un compromesso raggiungibile solo se in fase di progettazione: si valuta attentamente il layout per definire il numero e la posizione delle pareti vetrate in funzione della superficie vetrata minima richiesta dal committente e della sua distribuzione; si stabiliscono con precisione la destinazione d'uso e l'intensità di utilizzo dell'ambiente intercluso tra le pareti vetrate; si definisce un iter progettuale orientato a trovare un punto di equilibrio tra le richieste del committente e le esigenze di utilizzo.

**Maggiore sarà la superficie vetrata da inserire e minore sarà la libertà di scelta nella tipologia e nel posizionamento degli elementi** da inserire nella sala. Tutti gli elementi dovranno, infatti, essere scelti anche e soprattutto in considerazione del loro **comportamento acustico**. Le poltrone imbottite o in mesh e i tavoli in legno dovranno essere preferiti a quelli in materiale plastico o cristallo, la libreria dovrà essere aperta, pavimento e soffitto saranno in materiali ad elevata capacità fonoassorbente (legno, pannelli microforati, moquette).

In sostanza, solo una particolare attenzione in fase di progettazione consente di evitare l'insorgere di problematiche che, a posteriori, potranno essere risolte esclusivamente sacrificando le esigenze estetiche a quelle acustiche. ■

### 1. OFFICITY X4

[www.officity.it](http://www.officity.it)

In questo sistema operativo la privacy acustica è garantita con lineari e colorati screen che possono trasformarsi in utili supporti attrezzabili

This furniture system provides acoustic privacy by linear and coloured screens which can turn into useful modular supports

### 2. NORDWALL Linea 2011

[www.nordwall.com](http://www.nordwall.com)

La sobrietà formale non sacrifica le prestazioni di fonoisolamento. La massa del vetro e le guarnizioni specifiche inserite nei profili di alluminio minimizzano attrito e vibrazioni riducendo il passaggio di onde sonore

The form simplicity doesn't waste soundproofing efficiency. The glass mass and specific packings set into the aluminium sections minimize friction and vibrations by reducing the passing of sound waves

### 3. DOIMO OFFICE

#### Silence

#### Design Sergio Lion

[www.doimoooffice.com](http://www.doimoooffice.com)

Le pareti divisorie possono essere in vetro singolo o doppio con spessore da 10 a 12 mm. Il telaio ha un ingombro di soli 8,5 cm ed è dotato di una regolazione inferiore e superiore

The partition walls can be single or double glass, 10 to 12 mm thick. The frame is only 8.5 cm wide and has a lower and upper adjustment that allows levelling and irregularities of the floor or ceiling

### 4. UFFIX

#### X System

[www.uffix.it](http://www.uffix.it)

Un concept integrato che favorisce l'armonia estetica e la massima libertà progettuale. Nella foto X2, parete divisoria doppio vetro con profilo in alluminio 100 mm

An integrated concept to foster aesthetic harmony and maximum planning freedom. In the picture X2, double-glazed partition with 100 mm aluminium contour

### 5. QUADRIFOGLIO

#### Idea + Riunione

[www.quadrifoglio.com](http://www.quadrifoglio.com)

Libreria aperta, tavolo in legno e poltrone in mesh per migliorare l'acustica della sala meeting

Open bookcase, wooden table and mesh for the back of the chairs to improve acoustic comfort in the meeting room



3



4



5





## 6. HAWORTH

### Esedra<sup>3</sup>

#### Haworth Design Studio

[www.haworth.com](http://www.haworth.com)

La struttura di Esedra<sup>3</sup> prevede un unico profilo principale a tre vie che può supportare sia moduli vetrati che ciechi, singoli o doppi, senza soluzione di continuità.

Tutte le tipologie di pannelli Esedra<sup>3</sup> (ciechi, in vetro singolo e doppio) sono state sottoposte presso i laboratori accreditati ai test previsti dalla normativa in termini di isolamento acustico.

I risultati sono eccellenti, sia in termini assoluti, sia grazie all'estrema flessibilità del sistema che consente di fornire livelli di isolamento differenziati a seconda delle specifiche del progetto

The structure of Esedra<sup>3</sup> features one main, three-way contour to support more glazed or blind modules, single or double, seamlessly.

All types of panels Esedra<sup>3</sup> (blind, single or double-glazed) underwent the tests provided for in the set of rules concerning soundproofing at accredited labs. Results are excellent on the whole and in the extreme flexibility of the system, that allows to supply different standards of soundproofing according to the specifications of the project

### MODULO IN VETRO SINGOLO

- Vetro stratificato costituito da 2 lastre da 6mm con interposta pellicola in PVB da 0,38mm => 34dB Rw.  
- Vetro stratificato costituito da 2 lastre da 6mm con interposta una pellicola in PVB acustico da 0,76mm => 38dB Rw.

### MODULO IN VETRO DOPPIO

- Modulo realizzato con 2 pannelli di vetro stratificato. Ogni pannello è costituito da 2 lastre da 6mm con interposta una pellicola in PVB da 0,38mm => 41dB Rw.

- Modulo realizzato con 2 pannelli di vetro stratificato. Ogni pannello è costituito da 1 lastra da 8mm ed una da 6mm, con interposta una pellicola in PVB da 0,38mm => 42dB Rw.

- Modulo realizzato con 2 pannelli di vetro stratificato. Ogni pannello è costituito da 2 lastre da 6mm con interposta una pellicola in PVB acustico da 0,76mm => 47dB Rw.

### MODULO CIECO

- Modulo realizzato con 2 pannelli in truciolare spessore 18mm => 38dB Rw.

- Modulo realizzato con 2 pannelli in truciolare spessore 18mm, con interposto materassino fonoisolante => 49dB Rw



## 7. ARCHIUTTI

www.60

Design Ambostudio

www.archiutti.it

La parete www.60 ha uno spessore di mm 60 e può essere impiegata su altezze fino a 3 metri circa. I pannelli in vetro possono avere diversi livelli di trasparenza: satinati, opachi, con schermatura parziale e texture personalizzate. Gli elementi determinanti per l'isolamento acustico sono la modularità delle superfici strutturali (doppio o singolo vetro, vetri stratificati 55.2- 66.1- 66.2- stadip silence- etc.), l'utilizzo di porte con diversa resistenza acustica e di soluzioni costruttive che riducono le fessure di comunicazione acustica. L'assorbimento acustico è garantito grazie all'utilizzo di superfici-strutturali specifiche con forature trappola (effetto risuonatore) e materassino assorbente in fibra poliestere (effetto assorbitore)

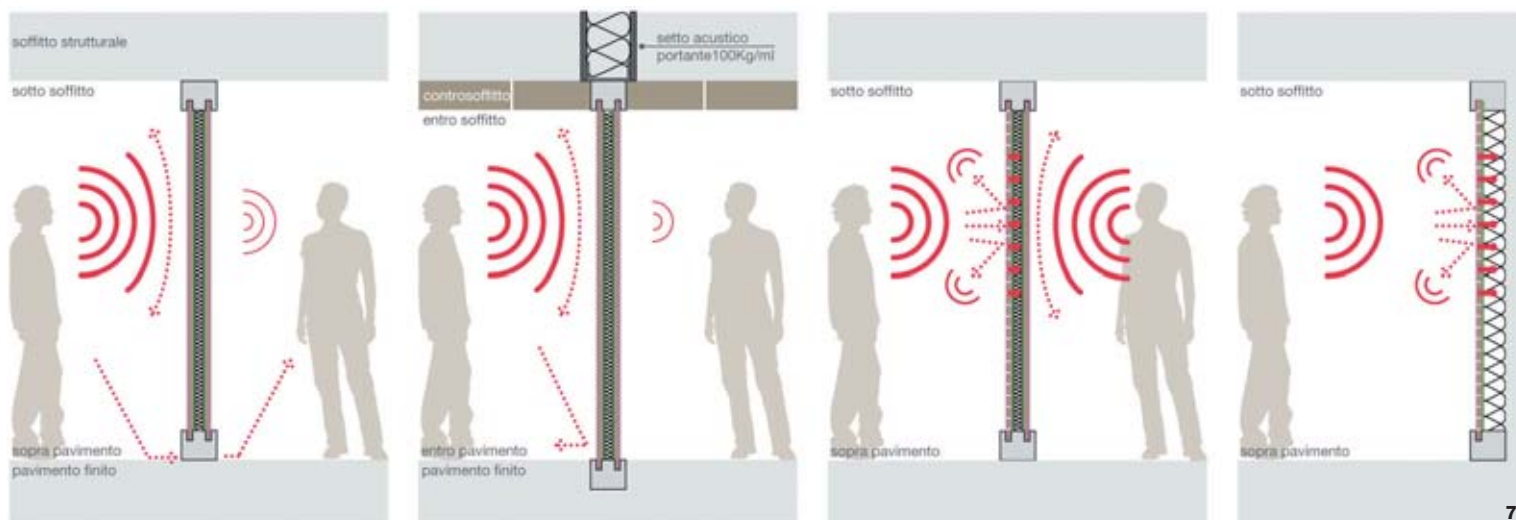
The wall www.60 is mm 60 thick and can be used for up to three-metre high rooms. The decisive factors for soundproofing are the modularity of structural surfaces (double or single glass, stratified glass 55.2- 66.1- 66.2- stadip silence- etc.), the use of doors with different acoustic resistance and construction solutions to reduce the cracks of acoustic communication



7



7



7



## 8. METHIS

### Hook

Design Jean Nouvel

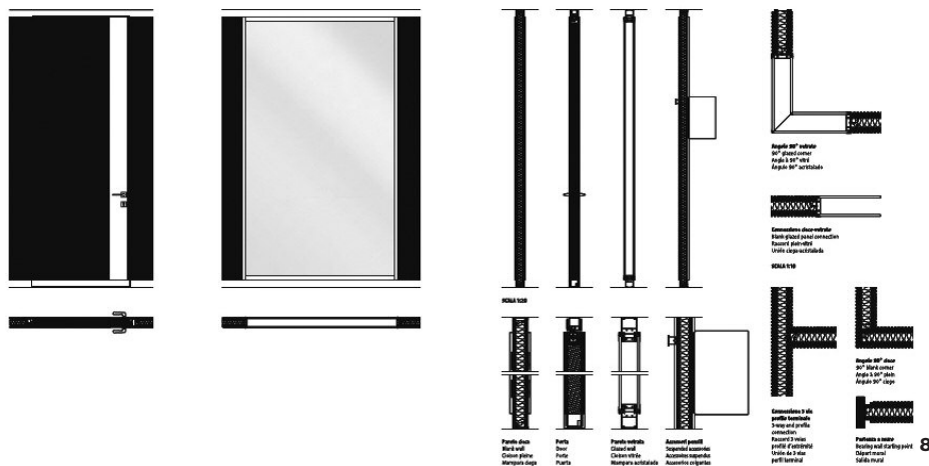
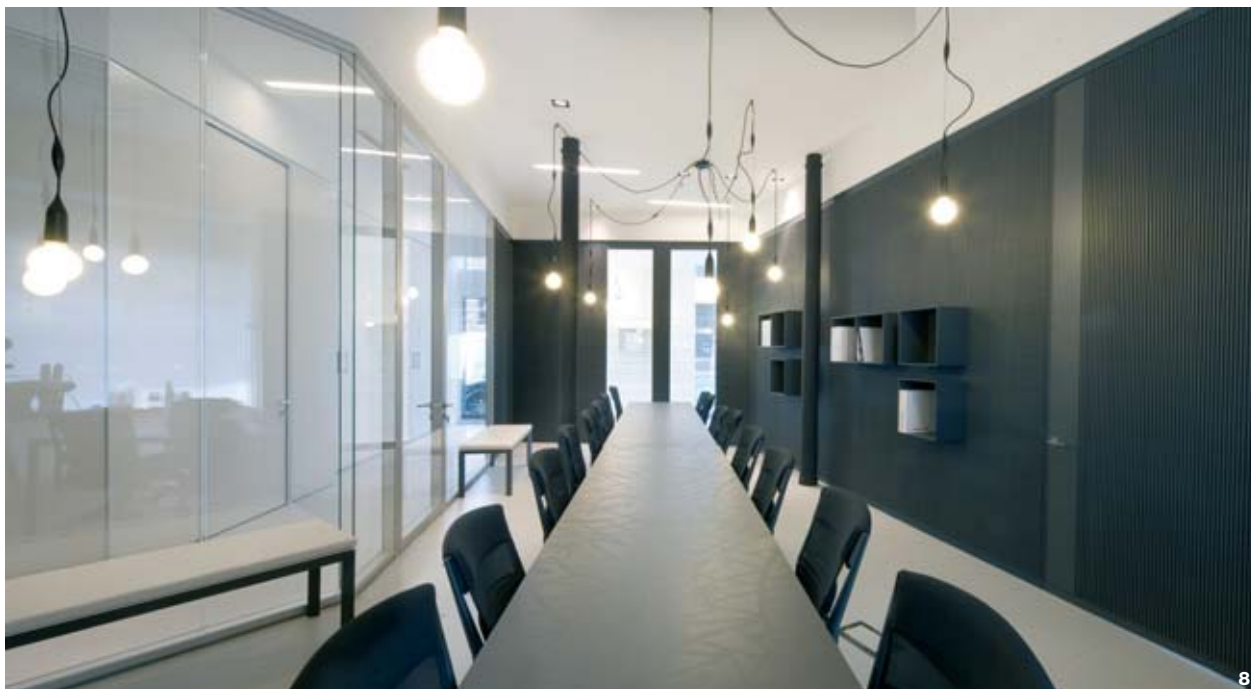
[www.methis.com](http://www.methis.com)

In linea con i canoni della bioedilizia, Hook è realizzata con materiali riciclati e riciclabili come alluminio, vetro e pannelli in gessofibra di ultima generazione.

La particolare stratificazione dei materiali conferisce alla parete alti livelli di fono-isolamento e di fono-assorbimento. La pelle corrugata in alluminio con l'intercapedine d'aria sottostante e i pannelli in gessofibra rappresentano anche un naturale ed efficiente scambiatore di calore, consentendo alla parete di diventare parte attiva nell'impianto di riscaldamento e raffreddamento a basso consumo di energia.

Al modulo cieco possono essere integrati porte e moduli vetrati mantenendo le medesime elevate performance di tenuta acustica

In line with the rules of organic architecture, Hook is made from recycled and recyclable materials such as aluminium, glass and fiberplast panels. The special stratification of materials lends the wall high levels of soundproofing and sound absorption. The blind module can be supplied with glass modules and doors however keeping the same high acoustic seal



## GLASS IS BEAUTIFUL, BUT...

### Acoustic comfort and indoor glass partitions

As to the acoustic comfort theme, the use of indoor glass partitions poses some difficulties to the designer, both as regards the soundproofing of the surroundings and the creation of the best acoustics in the room concerned.

The problems come from the need to **reconcile conflicting requirements**: highlighting the aesthetic qualities of glass by leaving it as 'bare' as possible and at the same time contrasting the marked **capability of reflecting the sound waves typical of all smooth surfaces**. A compromise you can reach only on planning: the layout is carefully considered. The larger the glass surface is, less freedom is allowed in choosing the typology and position of components to be used in the room.

di Michele Falcone



1

## NEOCON 2011

Nuovi prodotti e trend  
da Chicago

UN INVIATO DAVVERO SPECIALE - MICHELE FALCONE, PRESIDENTE DI FEMB - HA VISITATO NEOCON, LA PIÙ IMPORTANTE MANIFESTAZIONE MONDIALE PER L'UFFICIO E IL CONTRACT CHE SI SVOLGE PRESSO IL MERCHANDISE MART DI CHICAGO, E INDIVIDUATO LE NOVITÀ E LE PRINCIPALI TENDENZE DEL 2011.



2

### 1. ALLSTEEL Gather

Design IDa con Hoc

[www.allsteeloffice.com](http://www.allsteeloffice.com)

Un sistema di arredi con soluzioni innovative che spinge il pulsante di reset sulla definizione di posti di lavoro collaborativo

A furniture system that pushes the reset button on the definition of collaborative workplaces with some innovative solutions

### 2. ALLSTEEL Involve

[www.allsteeloffice.com](http://www.allsteeloffice.com)

Una collezione di arredi per comporre ambienti funzionali per lo spazio individuale, dove interazione e scambio di informazioni siano adeguatamente supportati

A collection of furnishings that can be composed into functional environments for the individual space where interaction and the sharing of information are appropriately supported

Quest'anno Neocon è stato un successo, con un buon afflusso di visitatori, e interessanti sorprese.

La sorpresa più importante è stata vedere l'emergere delle aziende meno conosciute in Europa – come **Davis, Hon, Allsteel** – o quelle acquisite da altri Gruppi – come **Turnstone e Geiger** – che hanno presentato ottimi prodotti e vinto molti premi, a scapito dei grandi brand, che non hanno brillato. Con l'eccezione di **Haworth**, le grandi aziende americane hanno purtroppo dimostrato che la crisi ha impattato molto e ridotto gli investimenti per la ricerca&sviluppo; in assenza di novità, pertanto, non hanno ottenuto riconoscimenti. Lode quindi alle aziende meno blasonate il cui successo forse era già intuibile dai loro camion parcheggiati sotto al Merchandise Mart, come tradizione, che sostituivano quelli dei soliti nomi noti presenti negli anni passati.

Al Neocon si sono visti un numero sempre maggiore di prodotti e soluzioni importate dall'Europa e l'alleanza **Haworth-Charme per il Nord America** ha fatto da protagonista.

I settori presenti a Neocon si possono suddividere in tre macro categorie: **Collaboration** (soft-seating&integrazione con la tecnologia), **Education** (prodotti per scuole e università) e **Healthcare** (prodotti e soluzioni per la salute e l'ambiente ospedaliero).



### 3. DAUPHIN

#### 4+ Lounge

Design Angelika Mosig,  
Andreas Notter, Jan  
Papenhagen, Wolfgang Ott  
con Roland Zünd

[www.dauphin.com](http://www.dauphin.com)

La serie offre due modelli,  
con meccanismo di ritorno  
automatico e su ruote girevoli  
con regolazione in altezza,  
entrambi disponibili  
con bracciolo

The Series offers two models,  
an automatic return  
mechanism and the height  
adjustable swivel model on  
casters. Both models available  
with arms



3

### 4. DAUPHIN

#### Aspetta

[www.dauphin.com](http://www.dauphin.com)

Poltrona lounge casual con  
base semi-circolare girevole.  
Elegantemente sottile,  
è perfetta per le zone  
reception e attesa

A casual lounge chair featuring  
a semi-circular on a swivel  
base. Smartly slender and  
compact, it is perfect for  
reception areas and waiting  
rooms

### 5. HON

#### Voi

[www.hon.com](http://www.hon.com)

Pratici scrivanie e contenitori  
per rispondere alle esigenze  
di qualsiasi utente in qualsiasi  
tipo di lavoro

The collection of layered  
worksurfaces and practical  
storage components is  
designed to meet the personal  
needs of any user in any type  
of workplace application



4

## Sedute

Il mercato delle sedute ormai si è veramente livellato: quasi tutte molto comode, realizzate con materiali sostenibili, garantite. Nessuna innovazione, se non nel modello **Leopard di Okamura**. Dal punto di vista estetico **Trea di Humanscale**, che avrebbe meritato un premio, ha destato particolare attenzione da parte dei visitatori. Entrambi i prodotti erano già stati presentati a Orgatec.

## Scrivanie

È la tipologia di prodotto che maggiormente denuncia la difficoltà di differenziazione e la scarsità di innovazione. La scrivania denominata "bench", tipologia importata dall'Europa, è ancora poco venduta in America con qualche eccezione nella East e West Coast, in banche o call centers. Le aziende americane, fortunatamente per i loro dipendenti, non accettano ancora di fare lavorare le persone in modo "disumano" su questi tavoloni dove la sfera personale non esiste e si vive con la sensazione di lavorare in serie, in una evoluta catena di montaggio. Nonostante questo, tutti i produttori hanno comunque proposto benches e, nel caso di **Hon (Voi)**, **Haworth (Reside)** o di **Turnstone (Bivi)** il risultato è stato veramente piacevole, come i premi ricevuti hanno sottolineato. Interessante notare come Voi di Hon sia un sistema di gusto molto europeo, nonostante l'azienda non sia presente in Europa.



5

## 6. HERMAN MILLER

### Canvas

Design Douglas Ball e Joey

Ruiter; Jeffrey Barnett e

Nicholas Dodziuk

[www.hermanmiller.com](http://www.hermanmiller.com)

Una visione olistica per creare un intero paesaggio ufficio, che sposta il "centro" dalla postazione individuale agli ambienti comunitari aiutando le persone e le loro tecnologie a stare connessi

A set of elements from which customers can create an entire office landscape-a landscape that moves from workstation-centric to community-centric environments, it also helps people and their technology stay connected



6

## 7. HERMAN MILLER

### EDUCATION

L'equazione

"individuo+pedagogia+luogo= possibilità" è alla base di questo originale approccio analitico per un design evoluto del settore scolastico

The equation People + Pedagogy + Place = Possibilities embodies this analytical approach to Higher Education Design



7

## 8. HERMAN MILLER

### Sayl

Design Yves Béhar

Il design unico e "Eco-dematerializzato" della pluripremiata Sayl fa il suo debutto a Neocon, dove raccoglie nuovi consensi.

The unique design and "Eco-Dematerialised" award winning Sayl makes NeoCon debut



8





#### 9. HERMAN MILLER HEALTHCARE Compass

Design Continuum  
[www.hermanmiller/healthcare.com](http://www.hermanmiller/healthcare.com)

Il risultato di oltre due anni di ricerche su 550 persone per identificare quattro bisogni primari di un ambiente sanitario dinamico

It is the result of a more than two-year process gathering observations from more than 550 individuals to identify the four primary needs of the dynamic healthcare environment

#### 10. NURTURE® BY STEELCASE Pocket™ Tablet

[www.nurture.com](http://www.nurture.com)

Workstation mobile progettata per supportare il lavoro attivo degli operatori sanitari offrendo le informazioni a portata di mano e integrando anche tecnologia portatile come il Xoom iPad ecc

A mobile workstation designed to support the active work of healthcare professionals by accommodating both the demands of the task at hand as well as emerging portable tablet technology



### Soft seating e Collaboration

In assenza di proposte riferite alle scrivanie e poiché, secondo gli americani, a breve si invertiranno le percentuali che indicano oggi il 70% del tempo di lavoro alla scrivania individuale ed il 30% in meeting, tutti i produttori hanno fatto a gara per presentare divani (denominati ora soft-seating) destinati al lavoro in **collaboration** o tavoli integrati con schermi per videoconferenze e per condividere files dal proprio PC. Per aumentare la concentrazione, ovunque si sono visti divani con schienale alto (circa 80 cm più del necessario). **La collaborazione si è spostata dal tradizionale tavolo riunione a questi divani** che convergono su tavolini da caffè o verso flat screen ove la videoconferenza impera. Molti produttori hanno tentato di rispondere all'esigenza di **collaborazione/interazione** aggiungendo alla relazione puramente visiva anche la possibilità di **condivisione simultanea di presentazioni**, grazie all'integrazione di sistemi WiFi di collegamento dei vari terminali (laptop, ipad, pc). L'esempio migliore è espresso da **Steelcase con Media:Scape**, ma anche **Vitra**, e **Tuohy** hanno presentato proposte che, con un device tecnologico, cercavano di portare un valore aggiunto

al posto di lavoro, che in sé ormai non ha molto da dire. L'esigenza di sfruttare il Soft-seating come nuovo luogo di lavoro è espresso al meglio dalla scrivania **BiVi di Turnstone** che integra il divano alla scrivania stessa.

### Education

Gli studenti sono diventati un ambito target per le aziende e diversi prodotti erano rivolti all'**Education**, un mercato nuovo per alcuni produttori. **Bernhardt** ha realizzato con studenti della Columbia University il posto-banco **Tools at school**, in uno showroom dedicato **Steelcase** ha dimostrato l'eccellente integrazione di **Node**, **Media:Scape** e **Learnlab**, **KI** ha proposto la sedia **Learn2**, che conferma l'idea originale di **Node** e la **Torsion Air** che segna il ritorno di **Giancarlo Piretti** con un banco per aule con sedie agganciate di "Castelli-memoria", **Haworth** ha lanciato una versione di **Very** per le scuole, **Herman Miller** ha coinvolto gli studenti tramite dei video per capire dai diretti interessati in che modo lavorano.

### Healthcare

Con l'importante annuncio dell'**acquisizione di Legacy Furniture Group** da parte di Ha-

**worth**, si conferma per le multinazionali americane l'interesse nel settore dell'arredamento per cliniche e ospedali, già espresso da **Steelcase** ed **Herman Miller**, che al Merchandise Mart dedicano due showroom a questi arredi: **Nurture** ed **Herman Miller Healthcare**.

### Conclusioni

Gli showroom al Merchandise Mart si stanno **sempre più europeizzando** e i prodotti si avvicinano alle soluzioni e al design utilizzate nel vecchio continente. **Un'opportunità di mercato da prendere in considerazione per i produttori europei** che non hanno mai tentato di esportare in USA; oggi più che mai i loro prodotti sono confacenti alle necessità del mercato e **a volte competitivi nonostante il cambio ancora sfavorevole**. Il mercato americano appare in crescita e tutte le principali aziende nell'ultimo trimestre hanno aumentato le vendite con crescite a doppia cifra. Al meeting annuale di Bifma, è stato annunciato che **già 1.000 prodotti sono stati certificati con il Level** e che 26 produttori ormai li certificano regolarmente. Un ottimo esempio di coesione e consenso da cui **l'Europa e la FEMB dovrebbero trarre ispirazione**.



11

#### 11. HAWORTH

##### Lifespace Era

**Best of Neocon 2011 nella categoria Moveable Walls**

Forniscono armonia con l'architettura, sono modulari, integrate alle utilities e permettono allo spazio di adattarsi alle mutevoli esigenze del business

They provide harmony with base building architecture, they are fully modular with integrated utilities, allowing a space to easily adapt to changing business needs

#### 12. HAWORTH

##### Very

**Design Haworth Design Studio e Simon Desanta**

[www.haworth.com](http://www.haworth.com)

[www.organicworkspaces.com](http://www.organicworkspaces.com)

Famiglia di sedute multi funzione che utilizza un mix di materiali per massimizzare il comfort. Lo schienale Tetro unisce forza, flessibilità, ergonomia e durata nel tempo

Multi-function seating family with an innovative technology that mixes materials to maximize comfort. Tetro Back merges strength, flexibility and ergonomics, softness and durability



12



14

#### 13. HAWORTH

##### Reside

**Design Haworth Design Studio e Struppler Industriedesign**

Una linea di scrivanie altamente personalizzabili che offre una vasta gamma di applicazioni e si integra con il sistema Beside e altri prodotti Haworth

This highly personal desking line spans a wide range of applications and integrates with Beside storage and other Haworth products

#### 14. KI

##### Learn2

[www.ki.com](http://www.ki.com)

Progettato per l'istruzione superiore, è versatile e mobile, per lo studio individuale, progetti di gruppo o aule tradizionali

Designed for higher education Learn2 is uniquely versatile and mobile. Whether for individual study, group projects, or traditional classrooms



13





**15. VITRA**  
**ID Chair**  
**Design Antonio Citterio**  
**Best of NeoCon Gold Award**  
**2011 Categoria Seating:**  
**Ergonomic Task Chair**  
[www.vitra.com](http://www.vitra.com)  
 Un sistema che permette  
 8000 configurazioni di sedute  
 diverse, dotato di meccanismo  
 FlowMotion

A system that allows 8000  
 different seating  
 configurations, equipped with  
 FlowMotion mechanism

**16. 3 FORM**  
**Ripple Wall**  
[www.3\\_form.com](http://www.3_form.com)  
 Una divertente struttura in  
 legno ondulato per rivestire le  
 pareti

A playful, undulating woven  
 wall structure



## NEOCON 2011

### New products and trends from Chicago

*A really special correspondent – Michele Falcone, chairman FEM – visited Neocon, the major world event for the office and contract industry held at the Merchandise Mart in Chicago and pinpointed the new products and chief trends of 2011.*

*This year Neocon met with success, with a continuous stream of people and some interesting surprises.*

*The most important surprise was the rising above the others of companies less known in Europe – like **Davis, Hon, Allsteel** – or those taken over by other Groups – like **Turnstone and Geiger** – that presented excellent products and won many prizes, at the expense of the famous brands, this year not shining. With the exception of **Haworth**, I'm afraid that the leading American companies proved how the impact of the crisis caused a considerable reduction in investments for R&D. A larger and larger number of products and solutions imported from Europe could be seen and the **Haworth-Charme alliance for North America** played the lead.*

### Chairs

*The chair market has by now really levelled off: chairs are all very comfortable, in sustainable materials, guaranteed. The only innovations are **Leopard by Okamura** and **Trea by Humanscale**, both already presented at Orgatec.*

### Desks

*It's the product typology that shows more than others differentiation difficulty and poor innovation. The so-called "bench" desk, imported from Europa, is not yet so popular in America*

*but manufacturers have however presented some benches and, in the case of **Hon (Voi), Haworth (Reside) or Turnstone (Bivi)** the result was really very pleasant.*

### Soft seating and Collaboration

*All manufacturers competed to present high-back sofas (now called soft-seating) meant for people working together or tables completed with screens for videoconferences and the sharing of files from one's PC, also adding the possible **simultaneous sharing of presentations** through the integration of WiFi systems connecting many terminals (laptop, iPad, pc).*

### Education

*Students are now a much sought-after target: **Bernhardt** carried out the bench-place **Tools at School**, **Steelcase** displayed the excellent integration of **Node, Media:Scape and Learnlab**, **KI** proposed the chair **Learn2**, **Haworth** launched a version of **Very** for schools, **Herman Miller** involved the students to understand how they work.*

### Healthcare

*With the important announcement of the **take over of the Legacy Furniture Group made by Haworth**, American multinationals confirm their interest in the furniture industry for hospitals and nursing homes already shown by **Steelcase Nurture** and **Herman Miller Healthcare**.*

### Conclusions

*The showrooms at Merchandise Mart **have increasingly become Europeanized** and products are closer to choices and design typical of the Old Continent. **A market opportunity that should be taken into consideration by the European manufacturers sometimes competitive although the still unfavourable Exchange rate.*** ■

## BILANCIO AL 31.12.2010

IL SOLE 24 ORE SPA

### STATO PATRIMONIALE

Valori in migliaia di euro

ATTIVITÀ			PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
	31.12.2010	31.12.2009		31.12.2010	31.12.2009
<b>Attività non correnti</b>			<b>A) Patrimonio netto</b>		
Immobili, impianti e macchinari	80.929	86.125	<b>Patrimonio netto</b>		
Avviamento	18.233	513	Capitale sociale	35.124	35.124
Attività immateriali	35.708	18.915	Riserve di capitale	180.316	180.316
Partecipazioni in società collegate e joint venture	1.320	1.320	Riserve di rivalutazione	20.561	20.561
Attività finanziarie disponibili per la vendita	875	2.875	Riserve di copertura e di traduzione	(339)	(333)
Altre attività finanziarie non correnti	19.724	19.168	Riserve - Altre	26.638	35.385
Altre attività non correnti	119.062	150.668	Utili (Perdite) portati a nuovo	62.190	99.252
Attività per imposte anticipate	37.623	18.092	Utile (Perdita) dell'esercizio	(35.686)	(46.436)
<b>Totale</b>	<b>313.474</b>	<b>297.676</b>	<b>Totale Patrimonio netto</b>	<b>288.804</b>	<b>323.869</b>
<b>Attività correnti</b>			<b>B) Passività non correnti</b>		
Rimanenze	5.645	10.770	Passività finanziarie non correnti	7.481	10.144
Crediti commerciali	152.767	149.408	Benefici ai dipendenti	33.189	32.041
Altri crediti	10.821	8.291	Passività per imposte differite	6.562	740
Altre attività finanziarie correnti	9.928	21.420	Fondi rischi e oneri	14.944	13.717
Altre attività correnti	5.320	5.459	Altre passività non correnti	34	34
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	68.873	87.383	<b>Totale</b>	<b>62.211</b>	<b>56.676</b>
<b>Totale</b>	<b>253.355</b>	<b>282.731</b>	<b>C) Passività correnti</b>		
			Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno	2.663	3.143
Attività destinate alla vendita	-	1.591	Altre passività finanziarie correnti	478	4.162
<b>TOTALE ATTIVITÀ</b>	<b>566.828</b>	<b>581.998</b>	Passività finanziarie detenute per la negoziazione	468	459
			Debiti commerciali	150.510	140.244
			Altre passività correnti	5.177	4.398
			Altri debiti	56.519	49.047
			<b>Totale</b>	<b>215.813</b>	<b>201.453</b>
			Passività destinate alla vendita	-	-
			<b>Totale passività</b>	<b>278.024</b>	<b>258.129</b>
			<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ</b>	<b>566.828</b>	<b>581.998</b>

### CONTO ECONOMICO

IL SOLE 24 ORE SPA

Valori in migliaia di euro

	2010	2009
Ricavi quotidiani, libri e periodici	134.006	146.642
Ricavi pubblicitari	182.637	161.554
Altri ricavi	101.732	99.007
<b>Totale ricavi</b>	<b>418.375</b>	<b>407.203</b>
Altri proventi operativi	17.833	13.604
Costi del personale	(157.647)	(153.756)
Variazione delle rimanenze	(6.821)	(1.842)
Acquisti materie prime e di consumo	(19.519)	(28.596)
Costi per servizi	(224.051)	(213.046)
Costi per godimento di beni di terzi	(27.860)	(25.680)
Oneri diversi di gestione	(10.689)	(9.561)
Accantonamenti	(3.048)	(2.396)
Svalutazione crediti	(7.181)	(5.623)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(20.608)</b>	<b>(19.693)</b>
Ammortamenti attività immateriali	(6.594)	(3.369)
Ammortamenti attività materiali	(10.300)	(10.005)
Minusvalenze/Plusvalenze da cessione attività non correnti	(2.008)	225
<b>Risultato operativo</b>	<b>(39.509)</b>	<b>(32.842)</b>
Proventi finanziari	1.840	3.199
Oneri finanziari	(602)	(472)
<b>Totale Proventi (Oneri) finanziari</b>	<b>1.238</b>	<b>2.727</b>
Altri proventi (oneri) da attività e passività di investimento	(4.074)	(20.642)
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(42.346)</b>	<b>(50.757)</b>
Imposte sul reddito	6.660	4.321
<b>Risultato netto</b>	<b>(35.686)</b>	<b>(46.436)</b>

### PROSPETTO DI DETTAGLIO DELLE VOCI DI BILANCIO PUBBLICATO AI SENSI DELL'ART. 9 DELLA DELIBERA 129/02/CONS DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI, DENOMINATA INFORMATIVA ECONOMICA DI SISTEMA

01	Vendita di copie	123.866.427,61
02	Pubblicità	133.977.577,78
03	- Diretta	133.977.577,78
04	- Tramite concessionaria	-
05	Ricavi da editoria online	424.843,71
06	- Abbonamenti	424.843,71
07	- Pubblicità	-
08	Ricavi da vendita e di informazioni	-
09	Ricavi da altra attività editoriale	43.106.788,43
10	Totale voci 01+02+05+08+09	301.375.637,53

### ELENCO DELLE TESTATE IN ESCLUSIVA PUBBLICITARIA PER L'ANNO 2010

Editore	Testata	Il Foglio Quotidiano soc. coop.	<a href="http://www.ilfoglio.it">www.ilfoglio.it</a>
S.I.P.I. S.r.l.	L'imprenditore	Guida Monaci S.p.a.	<a href="http://www.guidamonaci.it">www.guidamonaci.it</a>
S.I.P.I. S.r.l.	Quale Impresa	Dagospia S.r.l.	<a href="http://www.dagospia.it">www.dagospia.it</a>
T. & P. Editori S.r.l.	Il Domani	Editoriale Libero S.r.l.	<a href="http://www.ilinformista.it">www.ilinformista.it</a>
Guido Talarico Editore S.p.a.	Aste Infoappalti	Donne sul Web S.r.l.	<a href="http://www.donnesulweb.it">www.donnesulweb.it</a>
Guido Talarico Editore S.p.a.	Aste Infoappalti Calabria	De Agostini Editore S.p.a.	<a href="http://www.deabyday.it">www.deabyday.it</a>
Cooperativa Millenaria scrl	Quieconomia	Rockol.com S.r.l.	<a href="http://www.rockol.it">www.rockol.it</a>
Guido Talarico Editore S.p.a.	Insideart	Blogosfere S.r.l.	<a href="http://www.blogosfere.it">www.blogosfere.it</a>
Editrice Quadratum S.p.a.	Cucina Italiana	Nexta Media S.r.l.	<a href="http://www.film.it">www.film.it</a>
Editrice Quadratum S.p.a.	Rolling Stone	Nexta Media S.r.l.	<a href="http://www.stile.it">www.stile.it</a>
Rizzoli Publishing S.r.l.	I viaggi del Sole	Nexta Media S.r.l.	<a href="http://www.sport.it">www.sport.it</a>
Radio Margherita sas	Radio Margherita	FastWeb spa	<a href="http://www.fastweb.it">www.fastweb.it</a>
Ed. Riformiste Soc. Coop.	<a href="http://www.libero-news.it">www.libero-news.it</a>	Italia News S.r.l.	<a href="http://www.italianews.it">www.italianews.it</a>
De Agostini Editore S.p.a.	<a href="http://www.sapere.it">www.sapere.it</a>	Cocopelli S.r.l. (Ex Sergio Chiesa)	<a href="http://www.datasport.it">www.datasport.it</a>
TicketOne S.p.a.	<a href="http://www.ticketone.it">www.ticketone.it</a>	T Cube S.r.l.	<a href="http://www.meteo.it">www.meteo.it</a>
DownLovers S.p.a.	<a href="http://www.downlovers.it">www.downlovers.it</a>	Publied S.r.l.	<a href="http://www.gazzettadiparma.it">www.gazzettadiparma.it</a>



# LUCE PER IL FUTURO

Materiali, tecnologie, sostenibilità, integrazione e creatività nei nuovi progetti pensati per il futuro

## LIGHT FOR THE FUTURE

Materials, technologies, sustainability, integration and creative imagination in the new projects meant for the future

### 1. ANOFOL

Adhara

Design Franco Raggi

[www.anofol.it](http://www.anofol.it)

Collezione di lampade lineari – singole o doppie in varie lunghezze – basate sull'uso di Anofol, alluminio anodizzato colorato. Utilizzano il foglio di alluminio sia come superficie riflettente per la parte ottica, sia come materiale strutturale per l'intero corpo della lampada (un unico foglio di alluminio piegato da 1 mm che genera una forma cava e rettilinea). È disponibile in sei diversi colori specchianti e permette di creare atmosfere diverse attraverso sorprendenti cromatismi luminosi. Sono in fase di sviluppo altre configurazioni

A collection of linear lamps – single or double in several lengths- based on the use of Anofol, a coloured anodized aluminium. They make use of the aluminium sheet as reflecting surface for the optical part and as structural material for the whole body of the lamp (one 1mm thick aluminium sheet folded to produce a hollow and rectilinear shape).

Available in six mirroring hues, it allows to create different atmospheres through some amazing bright chromatisms. More configurations are being developed

### 2. Sira

Design Weinberg & Ruf

[www.waldmannlighting.com](http://www.waldmannlighting.com)

Un progetto per il futuro, capace di stupire, emozionare ma anche in grado di soddisfare le esigenze funzionali di ogni spazio. Per la prima volta la sorgente led (utilizza high-power led di ultimissima generazione) viene impiegata sia come luce per il piano di lavoro che per l'illuminazione generale. È possibile ottenere luce a led indiretta armoniosa e di tonalità calda e luce a led diretta regolabile e stimolante anche grazie alle ottiche speciali per l'illuminazione a fascio ampio e non abbagliante sul piano

For the very first time, Sira makes use of a last-generation High-Power led source for both direct and general lighting; therefore it's possible to obtain a harmonious and warm indirect led light and adjustable and a stimulating direct led light also through special optics for a wide-beam, anti-glare lighting on the top



# US ILLUMINAZIONE speciale

di Davide Cattaneo

## 1. LUCENTE

## Style

design Lucente Lab

[www.lucente.eu](http://www.lucente.eu)

Serie di lampade da sospensione, da parete, a luce diretta o indiretta, e da soffitto realizzate in estruso di alluminio anodizzato che accoglie uno schermo diffusore estruso in policarbonato (850° glow wire).

Disponibili in varie dimensioni e watt, a una o due luci

A line of suspension lamps, sconces, direct or indirect light, and ceiling fixtures carried out in extruded, anodized aluminium lodging a polycarbonate extruded diffuser screen (850° glow wire)

# LUCE, PROTAGONISTA DISCRETA

Leggerezza, sostenibilità  
e alte performance

SPessori ridotti al minimo grazie agli ingombri molto contenuti delle nuove sorgenti; strutture leggerissime ottenute impiegando materiali evoluti e profili slanciati; linee pulite e forme pure per lasciar spazio solo alla luce, vera protagonista. Queste le principali tendenze del settore illuminotecnico emerse anche all'ultima edizione di EUROLUCE.

Gli apparecchi di illuminazione per ufficio tornano ad essere **protagonisti discreti**, strumenti semplici, **versatili e tecnologicamente avanzati** per garantire il miglior comfort visivo senza "invadere" l'ambiente di lavoro con la propria presenza.

**Un'intrusione molto spesso discreta**, sia nelle versioni a soffitto, a sospensione o a parete, sia nelle **lampade da tavolo più ironiche** e divertenti, ma decisiva per il corretto svolgimento delle diverse funzioni che può contenere uno spazio di lavoro.

L'avvento dei **LED** ad alta efficienza e ancor più degli **OLED** (per i quali la ricerca sulle potenzialità è solo all'inizio) ha cambiato radicalmente forma e prestazioni degli apparecchi. Se a livello estetico abbiamo ricordato come il corpo delle lampade si sia notevolmente ridotto, le caratteristiche tecniche delle nuove sorgenti consentono oggi di ottenere una **resa cromatica** eccellente e una **gestione ottimale della quantità e della direzione della luce** necessaria per ogni richiesta specifica. Una luce versatile, in grado di cambiare rapidamente intensità, colore e posizione per far fronte a mutate esigenze all'interno di ogni ambiente, anche in rapporto alle caratteristiche dell'illuminazione naturale. Diffusa o puntuale, diretta o riflessa, una **possibilità di combinazioni infinite** che l'utilizzo dei nuovi apparecchi permette di ottenere attraverso soluzioni illuminotecniche "intelligenti" integrate con il progetto architettonico dello spazio.

Lampade dalle alte performance ma allo stesso tempo **altamente sostenibili**, con un'efficienza energetica elevata e ridotti consumi, con un alto livello di **comfort visivo**, con la riciclabilità dei materiali utilizzati.

1



## 2. METALSPOT

**Aria**

**Design Orazio Spada**

[www.metalspot.com](http://www.metalspot.com)

Leggera come l'aria per illuminare in modo discreto, elegante nel suo rigore formale. Forte delle potenzialità offerte dai LED, il progetto ha lavorato per sottrazione, riducendo gli spessori ed eliminando il superfluo. La bacchetta che alloggia i LED ha una circonferenza di soli 7 mm

Relying on the potential offered by LEDs, it's a "less is more" design, reduced thickness and nothing inessential. The rod that lodges the LEDs has a 7mm circumference

## 3. ZUMTOBEL

**Lyon**

**design Delugan Meissl**

**Associated Architects**

[www.zumtobel.com](http://www.zumtobel.com)

Esclusivo sistema di lenti per una luce d'accento precisa ed omogenea, con diverse caratteristiche di emissione, resa cromatica eccellente e moduli LED di potenza e spiccata efficienza energetica. La linea pulita dell'armatura è in pressofusione di alluminio

An exclusive system of lens for a precise and homogeneous accent light, with different emission characteristics, excellent chromatic performance, powerful LED modules and marked energy efficiency

## 4. CAIMI BREVETTI

**Mega Led**

**Design Caimi Lab**

[www.caimi.com](http://www.caimi.com)

È caratterizzata da un braccio articolato con tre punti di snodo che consente una grande flessibilità di movimento, accosta materiali e texture diversi, abbinandoli in modo originale e naturale. La testa, in policarbonato, ha un'anima in alluminio che accoglie i LED (240V/6W)

Marked by an articulated arm with three joints to allow maximum flexibility of movement, it matches different materials and textures in an original and natural way.

## 5. LUCEPLAN

**Otto Watt**

**design Alberto Meda**

**e Paolo Rizzato**

[www.luceplan.com](http://www.luceplan.com)

Testa snodabile a 360 gradi, in alluminio pressofuso e traforata in corrispondenza delle due alette laterali per garantire la dissipazione del calore e un agevole orientamento nello spazio. La sorgente LED dimmerabile con un consumo pari a soli 8 Watt, come attesta il nome

A 360-degree articulated head in die cast aluminium and perforated parallel to the two side fins to ensure heat dissipation. The consumption of the LED source with a dimmer by request is 8 W only

## 6. ROTALIANA

**String**

**design Dante Donegani &**

**Giovanni Lauda**

[www.rotaliana.com](http://www.rotaliana.com)

Struttura a due bracci realizzata in estruso in alluminio dalla sezione a doppia T, movimento compensato dal cavo elastico, rivestito in tessuto sintetico colorato, che scorre nella sezione dell'estruso. La testa orientabile, in materiale plastico, si impugna comodamente utilizzando il foro centrale

A two-arm structure carried out in extruded aluminium. The revolving head in plastic features a handy grip through the central hole



2



3



4



5



6



6

## 7. FABBIAN

**D95 Tile**  
design Pamio Design  
[www.fabbian.com](http://www.fabbian.com)

Un modulo, infinite soluzioni compositive: nasce dall'idea di creare una parete luminosa, un divisorio spaziale, partendo dal singolo modulo in vetro; leggera, trasparente, mutante, libera da comporre in configurazioni ondulate o rigide

The underlying concept was to create a luminous wall, a space partition from one glass module; light, transparent, mutant, it allows rigid or wavy configurations

**8. PHILIPS**  
**myHomeOffice**  
[www.philips.it](http://www.philips.it)

Una vasta gamma di prodotti che sfrutta la tecnologia LED. Ottiche regolabili con raggio da 40° permettono alla luce di raggiungere qualsiasi angolo del posto di lavoro, dove richiesto e riducendo le ombre

A wide range of products making use of LED technology. Adjustable optics with a 40° radius so that light reaches any spot of the workplace, and less shadows

**9. IGUZZINI**  
**Jessica**  
design Daniele Bedini  
[www.iguzzini.com](http://www.iguzzini.com)  
Formalmente pura e sostenibile, con i suoi ridottissimi consumi, l'alto livello di comfort visivo e la riciclabilità mantiene l'integrità dell'idea originaria incassando la parte tecnologica. Grazie ai LED ad alta efficienza, agli OLED e ai layer di celle fotovoltaiche, può vivere alimentata da energia solare



11

A pure form and most sustainable, it keeps the original idea that provided for an embedded technological part. It can be powered by solar energy through the high-efficiency LEDs, OLEDs and layers of photovoltaic cells

**10. FOSCARINI**  
**Beelive**  
design Werner Aisslinger  
[www.foscarini.com](http://www.foscarini.com)

Spenta è una scultura, accesa produce una magica atmosfera poiché la sorgente luminosa non è visibile. Si ispira a un alveare e il volume panciuto è dato dalla sovrapposizione di anelli di diametro crescente. Monta lampade alogene e a fluorescenza

It's a sculpture and once lit, it produces a magic atmosphere since the light source is not visible directly. It draws inspiration from a beehive and makes use of halogen and fluorescent lamps

**11. I TRE\_FDV GROUP**  
**Sidney**  
design Valerio Cometti and V12 Design  
[www.fdvgroup.com](http://www.fdvgroup.com)  
Piccolo e raffinato segno luminoso dalla geometria levigata che concilia la necessità di un punto luce con la garbata caratterizzazione estetica. Una famiglia di apparecchi illuminanti dalla semplice ma decisa personalità, con un positivo riflesso sul costo finale

A small and refined lighting sign, that combines the need of lighting up with a gentle look; quality and end cost



7



9



11



8



10

## LIGHT, A DISCREET PLAYER

**Lightness, sustainability and high performance**

*Thickness reduced to the minimum thanks to the compact, new sources; the lightest structures obtained by means of advanced materials and slender profiles; neat lines and pure shapes to extol the light, the actual player of space. These are the chief trends in the lighting-technique industry coming also from the last Euroluce.*

*An often discreet intrusion, in both ceiling, suspension or wall-mounted models and in the most ironic and amusing reading lamps, but decisive for the working space.*

*The use of high-efficiency LEDs and most of all of OLEDs has thoroughly changed shape and performance of the lighting fittings.*

*The lighting-technique solutions are now "smart", integrated into the architectural project, with a high performance yet sustainable, with a high energy efficiency and lower consumption, recyclability of the materials use and a top-level visual comfort.*



# NUOVE ESPLORAZIONI

Creatività a confronto

New explorations and compared creativities

## ARTEMIDE

Variazioni sul tema "lampada da tavolo"

[www.artemide.com](http://www.artemide.com)

TRE GRANDI DESIGNER AMANTI DELLA SPERIMENTAZIONE E SPECIALISTI DELLA LUCE SI CONFRONTANO SUL PROGETTO DI UNA LAMPADA DA TAVOLO UTILIZZANDO LA MEDESIMA SORGENTE A LED DA 50 CM, DIMMERABILE CON DOPPIA EMISSIONE LUMINOSA DIRETTA E INDIRETTA. NE NASCONO TRE DIVERSI RISULTATI FORMALI CON ALTA TECNOLOGIA E GRANDE FUNZIONALITÀ COME ELEMENTI COMUNI.

### Artemide: variations on the theme "reading lamp"

Three great designers who love experimentation and lighting experts tackle the design of a reading lamp using the same 50 cm LED source, with dimmer and dual light emission, direct and indirect.

#### 1. Juniper design Michele De Lucchi

Permette di ottenere contemporaneamente una luce controllata sul piano di lavoro e una luce diffusa d'ambiente. Struttura in acciaio, testa in alluminio, schermo in materiale termoplastico

It provides for a controlled accent light on the worktop and a diffused light at the same time. Steel structure, aluminium head, screen in thermoplastic resin

#### 2. Pad System Tavolo design Carlotta De Bevilacqua

Il sistema comprende anche lampade a sospensione e da terra. Lo snodo di giunzione, dotato di elevata escursione angolare (rotazione 358° e

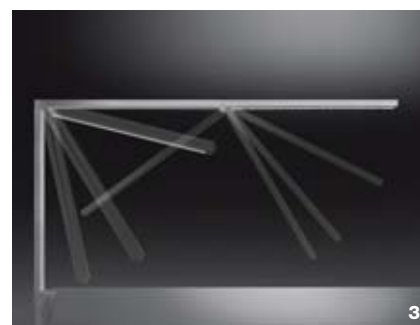
orientamento 180°) permette una gestione flessibile della luce

The system includes also suspension and floor lamps. The joint, supplied with a high angular range (358-degree rotation and 180-degree orientation) allows a flexible light control

#### 3. Fold design Ernesto Gismondi

Task light a morsetto che si può essere estesa o piegata secondo necessità per adattarsi alle dimensioni e esigenze del posto di lavoro

Task light with clamp to be extended or bent according to the size and requirements of the workplace



## ALESSI LUX con FOREVERLAMP

Lampadine "disegnate"

[www.foreverlamp.eu](http://www.foreverlamp.eu) - [www.alessi.com](http://www.alessi.com)

NELLA RICERCA DI NUOVI AMBITI PRODUTTIVI "ALESSIZZABILI", LA LAMPADINA LED, CON LE SUE STRAORDINARIE POSSIBILITÀ, DIVENTA L'OGGETTO STESSO DI APPLICAZIONE DEL DESIGN, ESPRIMENDO NUOVE FORME, COLORI E PERSONALITÀ. ALESSI HA AFFIDATO A FREDERIC GOORIS, GIOVANNI ALESSI ANGHINI E GABRIELE CHIAVE IL COMPITO DI DARE FORMA ALLA SORGENTE DI LUCE; LA PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE SONO STATE AFFIDATE A FOREVERLAMP.

### Alessi Lux with Foreverlamp: "designed" bulbs

The LED bulb turns into a design object and shows new personalities: Alessi entrusted a team of designers with the task of giving shape to the light source; production and distribution entrusted to Foreverlamp

#### 4. POLARIS, TAM TAM design Frederic Gooris

Inspirazioni dal firmamento o da vari oggetti di uso comune nei nuovi look ideati per la lampadina LED 7,5 W (resa 40W), warm white (2700K), dimmerabile

Inspirations from the sky or objects of everyday use in the new looks designed for the bulb LED 7,5 W, warm white, with dimmer by request

#### 5. DR design Giovanni Alessi Anghini e Gabriele Chiave

Supporti da soffitto o da parete che ricordano gli anni '60 ma utilizzano una tecnologia innovativa e mette in risalto il progetto delle lampadine (nelle foto i modelli Flame e Abatjour)

For the line DR the designers have carried out the supports, too, ceiling- or wall- mounted, to enhance the design of bulbs

di Gabriele Pagani

**1. LUCEPLAN****Pétale****Design Odile Decq**[www.luceplan.com](http://www.luceplan.com)

Concepita in origine per l'averiristico padiglione 'P8', centro polifunzionale in costruzione a Lione, Pétale si potrebbe definire un petalo sospeso con grazia che diffonde una luce bianca soffusa e ovattata. Ma la straordinaria prerogativa di questa lampada dalla forma organica, risiede nella sua fonoassorbente. Il corpo lampada, rivestito con un tessuto bianco, è costituito da un pannello fonoassorbente. La cupola che ne regge la struttura è in policarbonato.

Indicata per composizioni di più 'petali di luce' in grandi spazi, Pétale svolge la sua molteplice funzione anche da 'solista'

First conceived for the futuristic 'P8' pavilion, a multifunctional center now under construction in Lyon, Pétale could be defined as a gracefully suspended petal that spreads soft, smooth white light. But the truly extraordinary feature of this object with an organic form is the way it absorbs sound. The body of the lamp, covered with white fabric, is made with a sound-absorbing panel. The dome that supports the structure is in polycarbonate. While it is ideal for use in compositions of multiple 'light petals' in large spaces, it also performs its multiple functions perfectly as a 'soloist'

**2. ARMSTRONG BUILDING****PRODUCTS, ALDES, PHILIPS****Armstrong® Tech Zone**[www.armstrong-soffitti.it](http://www.armstrong-soffitti.it)[www.aldes.it](http://www.aldes.it)[www.philips.it/newscenter](http://www.philips.it/newscenter)

Nuovo concept di soffitto tecnico ad alte prestazioni acustiche che integra illuminazione, ventilazione meccanica e sistemi antincendio. Prevede infinite combinazioni di superfici, dettaglio bordi ed elementi tecnici che, in virtù delle loro eccellenti performance, migliorano gli ambienti in termini di acustica, illuminazione e salubrità dell'aria.

Per perfezionare la gamma di controsoffitti tecnici modulari, Aldes (società specializzata in sistemi di diffusione aria e di ventilazione meccanica controllata) ha sviluppato TechLined Serie 280 e 290 e Philips Lighting (la più grande azienda di illuminazione del mondo) gli apparecchi di illuminazione TBS413, Celino e Arano

New concept of contract ceiling offering high acoustic performance, that includes lighting, mechanical ventilation and fire systems. It provide for numberless combination of surfaces, contour details and technical elements that improve the acoustics, lighting and the salubrity of the air thanks to their excellent performance.

To improve the range of modular, technical contact ceilings, Aldes (a company specializing in systems of air diffusion and controlled mechanical ventilation) has developed TechLined Serie 280 and 290 and Philips Lighting (the major lighting company worldwide) the lighting fittings TBS413, Celino and Arano

# SON ET LUMIÈRE

Elementi luminosi evoluti per l'interior design, nati da una visione olistica del comfort e dal progetto integrato di tecnologie diverse

Advanced lighting components for the interior design based on a holistic vision of comfort and an integrated design of different technologies





# LUCE SOLARE

Sistemi intelligenti per catturare, gestire, filtrare i raggi solari e integrarli con la luce artificiale

Smart systems to capture, handle and filter sunbeams to supplement the artificial light

## 1. 3M

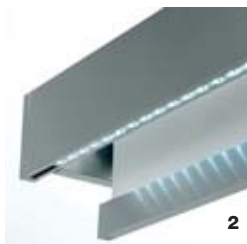
### 3M™ Sunlight Delivery System

[www.3m.com](http://www.3m.com)

Cattura la luce solare, la trasporta all'interno dell'edificio; grazie allo spessore ridotto del condotto può correre nell'interspazio del controsoffitto e portare la luce anche in una "normale" plafoniera integrata nei pannelli del soffitto. Grazie all'utilizzo di film polimerici "specchio" fornisce più del 99% di riflettività luminosa e trasporta la luce del sole in percorsi sia verticali che orizzontali. Migliora l'ambiente con la bellezza e la salubrità della luce naturale utilizzando una risorsa rinnovabile e gratuita per ottimizzare la distribuzione della luce e ridurre i costi generali di manutenzione; contribuisce al punteggio per la certificazione dei Green Building

It actively tracks, captures and distributes the sun's natural, full-visible-spectrum light. The polymeric "mirror" film provides more than 99% luminous reflectivity and transports sunlight in both vertical and horizontal paths. This unique technology keeps brightness strong through multiple reflections and enables sunlight to penetrate deep into a building's interior, from the top floors to the lowest levels.

It utilizes a free, renewable resource to optimize light distribution and reduce your overall maintenance costs. And do it all with a cost-effective daylighting system that can also help contribute to green/sustainable building certification



2

## 2. SUNCOVER

### Idea

[www.suncover.com](http://www.suncover.com)

Tenda a rullo da interni per la protezione solare ad alta prestazione. La struttura componibile in profili d'alluminio estruso, con un'anima in acciaio, incornicia il rullo e può accogliere al suo interno più sistemi di protezione solare filtranti, diffondenti e oscuranti, a rullo o drappeggiati customizzabili; si personalizza anche negli optional: uno di questi è la possibilità di integrare la tenda con sistemi a LED

High-performance indoor shade for sun protection. The modular structure in aluminium sections can lodge more filtering sun protection systems to be customized; you can also personalize optional extras like the possibility of supplying the roller blind with LED systems



1



1



2



**1. L'illuminazione rappresenta il 35% del fabbisogno energetico di un ufficio**

Lighting accounts for 35% of the energy requirements in an office

**2. Poco utilizzati negli uffici, i sistemi di controllo possono incidere pesantemente sui consumi energetici**

Control systems may heavily affect energy consumption

## LA LUCE "VERDE"

Soluzioni e sistemi di Philips Lighting

OSPITE AL PRIMO APPUNTAMENTO IN ITALIA DEL WORLD OFFICE FORUM, PHILIPS LIGHTING PROPONE LA SUA VISIONE "GREEN" E LE SOLUZIONI SOSTENIBILI CHE POSSONO CONTRIBUIRE A RISOLVERE LE SFIDE ENERGETICHE MONDIALI. L'ILLUMINAZIONE CONSUMA IL 19% DI ELETTRICITÀ DEL MONDO INTERO.

In Europa, il 75% dell'illuminazione negli uffici è obsoleto dal punto di vista energetico. Circa il **35-40% del consumo energetico negli uffici è dovuto all'illuminazione**, il che lo rende uno dei modi più interessanti per risparmiare energia.

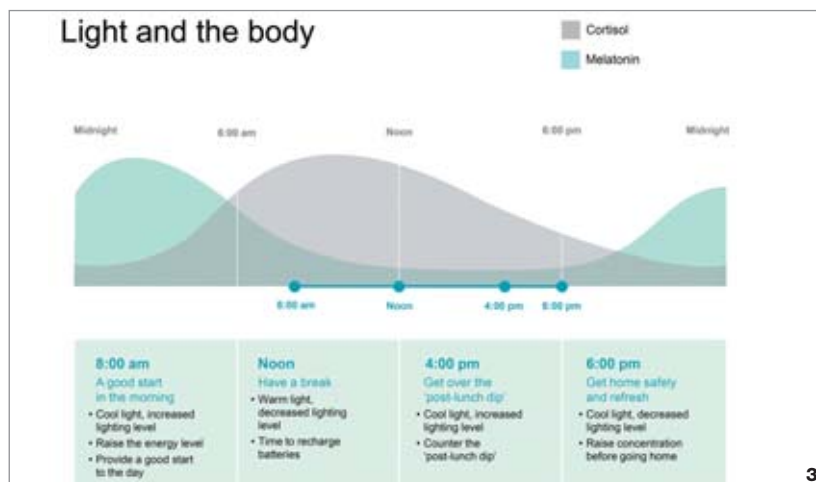
Doveroso nei confronti dell'ambiente e necessario in un'ottica di ottimizzazione, mettere mano ai propri consumi energetici contribuisce al raggiungimento di tre importanti obiettivi: **profitto, coinvolgimento del personale e immagine**.

L'utilizzo di **sistemi di controllo** per regolare le luci quando è possibile **utilizzare la luce naturale** o anche spegnerle quando nessuno si trova negli ambienti, **permette di ottenere risparmi fino al 75%**.

Inoltre un'illuminazione confortevole si adatta al nostro bioritmo aumentando il senso di benessere contribuendo a far lavorare meglio. Esistono soluzioni che permettono di sfruttare i benefici della luce naturale, con **modelli di luce dinamici** che ci mantengono in sintonia con il mondo esterno; soluzioni sostenibili che riducono i costi energetici, migliorano il nostro benessere e rispettano il nostro pianeta e connotano l'immagine e l'identità di un'azienda. ■

**3. Studi dimostrano come un'illuminazione che si adatta al nostro bioritmo aumenta il senso di benessere**

Some studies prove how the lighting that suits our biorhythm increases the feeling of wellbeing



### THE "GREEN" LIGHT

#### Solutions and systems by Philips Lighting

Guest company at the first World Office Forum held in Italy, Philips Lighting proposes its "green" vision and sustainable solutions to help solving the world energy challenges. Lighting accounts for 19% of the world power consumption.

In Europe, 75% of the office lighting is obsolete from the energy point of view. We think it proper, and necessary if we want to optimize, to take up our energy consumption to reach three major goals: **profits, staff's participation and image**.

The use of **control systems** allows to obtain a saving up to **75% and to create** a comfortable lighting that suits our biorhythm by increasing a feeling of wellbeing. ■



Jorge Zanoletty, fondatore  
e presidente WOF (World Office  
Forum)



## WOF GREEN OFFICE MILAN

World Office Forum: 19 Ottobre,  
Palazzo Turati, Milano

EVENTO PATROCINATO DALLA OSMI DELLA  
CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO.

CON UNA RETE SPARSA TRA EUROPA E AMERICA  
LATINA E UN UNICO DENOMINATORE COMUNE:  
LO SPAZIO UFFICIO. NASCE COSÌ  
IL WORLD OFFICE FORUM, UN NETWORK  
MULTIDISCIPLINARE CHE TOCCA QUALSIASI  
ARGOMENTO CORRELATO ALL'AMBIENTE  
"UFFICIO" E ALLA SUA EFFICIENZA.  
I QUATTRO CONVEGNI ANNUALI DA QUEST'ANNO  
DIVENTANO 5, CON L'ESORDIO IN ITALIA  
PREVISTO PER IL 19 OTTOBRE A MILANO,  
A CHIUSURA DI UN PERCORSO INTERNAZIONALE  
PARTITO A MADRID, IL 30/05/2011, E SEGUITO  
DA CITTÀ DEL MESSICO IL 07/07/2011,  
BOGOTÀ IL 12/07/2011 E QUINDI BARCELLONA  
IL 13/10/11.

### WOF GREEN OFFICE MILAN

**World Office Forum:  
October 19th, Palazzo Turati, Milan**

*Global tenants have made the use of sustainable office space a standard demand, whatever city they decide they need to expand. The use of sustainable office space has become a label not to miss in their Corporate Social Responsibility – CSR –. Energy costs are increasing at a fast pace and companies can no longer dismiss energy efficiency as a core management area.*

*Institutional investors realize that the above factors mean a relevant change to the use of office space and are increasingly seeking to acquire "green buildings" in preference to*

Il tema affrontato in Italia sarà il **Green Office**, alcuni suoi aspetti puramente tecnici, con l'intervento di Investitori e Architetti dediti a questa tipologia di immobili, e più pratico con enti locali e aziende multinazionali che esporranno le nuove idee e tecnologie a disposizione per un ufficio sostenibile.

Le conferenze di WOF sono luogo di partenza di approfondimenti e oggetto delle attività quotidiane; l'evento si sviluppa come base del vero **obiettivo dell'organizzazione: "il networking"**.

**Jorge Zanoletty, fondatore e presidente** dell'organizzazione spiega i motivi che lo hanno spinto a dare vita al World Office Forum e a venire in Italia: «Ovunque nel mondo, dal Messico alla Turchia, dal Cile all'Italia, le sfide da affrontare nel mercato degli uffici sono le medesime. I "global tenants" hanno fatto dell'ufficio sostenibile uno standard necessario, in qualunque città decidano o abbiano necessità di espandersi, un **ufficio sostenibile è diventato un'etichetta irrinunciabile** nella propria Politica di Responsabilità Sociale. Inoltre i costi energetici crescono sempre più velocemente e le aziende oggi non possono più liquidare il problema dell'efficienza energetica semplicemente come una questione non appartenente al core business dell'impresa».

Gli investitori istituzionali comprendono che questi nuovi fattori significano un cambiamento rilevante sull'utilizzo dello spazio ufficio e pertanto si preferisce sempre più acquistare "green buildings" al posto dei meno recenti non tanto performanti; per questi ultimi l'adeguamento si renderà necessario.

L'Unione Europea sta premendo per nuove regolamentazioni sugli immobili nei confronti di Proprietari, Gestori ed Inquilini. **La Energy Performance of Buildings Directive – EPBD** –, in particolare, ha stabilito nuove regole.

**World Office Forum** opera sia nei mercati emergenti che maturi, si rivolge alle città sostenibili e ai suoi uffici, e alla rilevanza internazionale di una politica proattiva in questo contesto. Regolamenti e nuove leggi, **architettura sostenibile, certificazione energetica, il monitoraggio degli edifici** e le ultime innovazioni per raggiungere una migliore efficienza energetica sono oggetto di discussioni di rilevante importanza all'interno del network.

Le precedenti conferenze hanno affrontato temi come: i sistemi di isolamento e i rivestimenti delle facciate, vetri fotovoltaici, condizionamento, efficienza energetica degli impianti di illuminazione, standard di certificazione e la loro comparazione, verifiche energetiche, formazione dei tenants per un **utilizzo sostenibile degli spazi, progettazione urbana e dei trasporti** per le aree destinate a uffici, l'impatto delle nuove tecnologie di comunicazione o la riqualificazione di un patrimonio edilizio esistente, green leases e aspetti finanziari, tra molti altri.

Il mercato degli uffici di riferimento del prossimo decennio ha la necessità di adeguarsi per essere all'avanguardia. ■

*older, worse performing ones. These will need to adapt.*

**Jorge Zanoletty, founder and president of WOF**, said: «Wherever you look at, from México to Turkey, from Chile to Italy, the challenges for the office market are becoming the same».

**World Office Forum** operates in both emergent and mature markets. It addresses the sustainable city and its office buildings, and the international relevance of a proactive policy in this context.

Regulations and new laws, sustainable architecture, energy certification, building monitoring and the latest innovations to achieve better energy efficiency are discussed and relevant examples shown.

The reference office markets of the next decade need to adapt if they want to stay at the leading edge. Milan has the opportunity to be one of them. ■

### WORLD OFFICE FORUM

NASCE COME LA PIÙ IMPORTANTE COMMUNITY PROFESSIONALE NEL SETTORE UFFICIO. LO SCOPO DI QUESTA ORGANIZZAZIONE È QUELLO DI ATTUARE E DIFFONDERE LE BEST PRACTICES RELATIVE ALL'UFFICIO E MIGLIORARNE L'EFFICIENZA. IL RAGGIUNGIMENTO DI QUESTI OBIETTIVI È PERSEGUITO TRAMITE LO SCAMBIO DELLE CONOSCENZE MULTIDISCIPLINARI E IL RAFFORZAMENTO DELLE RELAZIONI DI PARTNERSHIP TRA I SUOI MEMBRI. IL SUO APPROCCIO È INTERNAZIONALE, TENUTO CONTO CHE LE AZIENDE COINVOLTE NEL MERCATO IMMOBILIARE DEGLI UFFICI, SIANO ESSE END USERS, INVESTITORI O FORNITORI DI SERVIZI, SONO MULTINAZIONALI. WORLD OFFICE FORUM È UN PROGETTO ORIENTATO ALLO SVILUPPO E ALLA CREAZIONE DI VALORE CON L'AIUTO DI UN "NETWORKING" MULTINAZIONALE PROATTIVO E LA PROMOZIONE DI EVENTI LOCALI, UN VERO E PROPRIO CATALIZZATORE AD OGNI LIVELLO DI ATTIVITÀ PROFESSIONALE.

WORLD OFFICE FORUM IS BORN AS THE MOST IMPORTANT PROFESSIONAL COMMUNITY OF THE OFFICE SECTOR. THE PURPOSE OF THIS ORGANIZATION IS TO IMPLEMENT BEST PRACTICES AND INCREASE OFFICE RELATED BUSINESS. TO ACHIEVE THIS IT FOCUSES ON THE EXCHANGE OF KNOWLEDGE ON A MULTI-SKILL BASIS AND ON STRENGTHENING BUSINESS RELATIONSHIPS BETWEEN ITS MEMBERS. WOF IS A PROJECT ORIENTATED AT THE DEVELOPMENT AND CREATION OF VALUE WITH THE HELP OF PRO-ACTIVE NETWORKING AND LOCAL EVENTS; IT IS A CATALYST ON EVERY LEVEL OF PROFESSIONAL ACTIVITY.

di Paola Silva Coronel

Laboratorio degli Interni II, progettazione spazi uffici  
Facoltà di Design Industriale, Politecnico di Milano

Docenti:

prof. Michele De Lucchi

prof. Paola Silva Coronel

Cultore della Materia:

Giacomo Miola



## UN NUOVO “EPI-CENTRO” PER L’AQUILA

Dodici idee per dare vita  
a un palazzo abbandonato

SESSANTA STUDENTI DEL SECONDO ANNO DELLA LAUREA TRIENNALE DI DESIGN DEGLI INTERNI HANNO CERCATO, CON L'AUTO E LA GUIDA DI MICHELE DE LUCCHI, DI INVESTIGARE IL TEMA DEL LAVORO E SOPRATTUTTO DEI LUOGHI IN CUI SI LAVORA. NON PIÙ DI UN ANNO FA, LO STESSO DE LUCCHI, IN UN'INTERVISTA DI RENATA SIAS (VEDI US NUMERO 3/2010 E [WWW.LIVING24.IT/INTERVISTA-A-MICHELE-DE-LUCCHI/0,1254,58\\_ART\\_2558,00.HTML](http://WWW.LIVING24.IT/INTERVISTA-A-MICHELE-DE-LUCCHI/0,1254,58_ART_2558,00.HTML)) SI AUGURAVA, NON TROPPO PROVOCATORIAMENTE, CHE GLI UFFICI SPARISSERO. IN UN ANNO E CON UN SALONE DEL MOBILE PER UFFICIO ALLE SPALLE, LA PROVOCAZIONE PARE ANCORA MOLTO ATTUALE!

Ci sono tantissimi **designer che inventano ogni giorno nuovi tavoli e nuove sedie**, ci sono aziende che investono nella **produzione e nella commercializzazione** di questi tavoli e sedie, ci sono **aziende che investono nell'acquisto** di spazi, da riempire di tavoli e sedie, per rendere il più possibile gradevole il luogo del lavoro ai loro dipendenti. Ma poi, inaspettatamente e incomprensibilmente, migliaia di dipendenti, in tutto il mondo e ad ogni latitudine, **tutto vorrebbero tranne che trascorrere le loro giornate in quegli uffici**: richiedono dispositivi elettronici che consentano loro di assolvere ai loro compiti, senza utilizzare quei tavoli e quelle sedie, che una lunga filiera aveva predisposto per loro. È interessante provare a capire **quali possibili strade si aprono al mondo del lavoro**, che coinvolge e quasi travolge l'attività quotidiana di quasi tutti noi.

**Michele De Lucchi**, che già da qualche tempo indaga sul tema della trasformazione dell'ufficio e dei profondi mutamenti nello stile di vita legato al lavoro, **riconosce nelle tecnologie e nell'informatica un'opportunità unica**: una libertà nel gestire il tempo di lavoro non ancora del tutto percepita e sfruttata.

Riflettere su questo e individuare che cosa la nuova generazione intravede in queste possibilità ci è sembrata una occasione da non perde-





### 1. Il Palazzo del Gusto

Gusti, sapori e prodotti della terra valorizzano la vita lavorativa e la quotidianità.

(E. Tecce, G. Vecchiè, G. Zaglio, C. Zambaiti)

Tastes, flavours and the produce of the soil add value to the working and daily life

### 2. Il Palazzo della Lana

Pecore, gomitoli, stampanti e computer. Un edificio per la rinascita economica della città: una tradizione capace di raccontare la storia, produrre innovazione, dare stimoli creativi.

(S. Santoro, R. Testori, V. Vannucci, R. Changeur)

For the economic upturn of the city: a tradition to tell History and generate innovation

### 3. Lumen, Living Culture Media Event No Stop

Dopo il buio della tragedia, la luce della cultura porta speranza e vitalità per ricostruire l'Aquila.

(M. Lagny, G. Taraborrelli, C. Valsecchi, M. Varalli, M.V. Villa)

After the dark of the tragic event, the light of culture brings hope and life to rebuild Aquila



1

Mentre andiamo in stampa ci informano che il progetto di rivitalizzazione del Palazzo ex-Standa si concretizzerà a breve grazie all'intervento di un investitore istituzionale



3



3



2



2



2



3

re, soprattutto se **attivata da un caso d'emergenza come l'Aquila**.

Agli studenti del Politecnico di Milano, si è suggerito che gli uffici, per tornare ad avere un forte ascendente verso chi li deve utilizzare, debbano **tendere ad una sorta di "concept office"**: un luogo, cioè, capace di **attrarre e intrattenere le persone offrendo loro diverse funzioni e opportunità**.

### Oggetto del progetto: il Palazzo ex Standa a L'Aquila

L'esercizio si sarebbe potuto svolgere in maniera molto didattica su un edificio qualsiasi, magari inventato, giusto per dare qualche vincolo architettonico e strutturale ai giovani progettisti, ma l'opportunità offerta dal contesto in cui si trova oggi l'Aquila, ha suggerito un edificio molto particolare, che Michele De Lucchi ha raccontato agli studenti così:

«C'è a L'Aquila, sul corso Federico II un edificio che, fortunatamente, ha resistito più di altri ai terribili effetti del sisma. Era occupato dalla Standa e tutti gli aquilani lo nominavano come il Palazzo della Standa. Si trova nel mezzo di quella che, prima del sisma, era "la vasca". Il passeggio del sabato e della domenica lungo la via più centrale, più commerciale, più viva dell'Aquila. Oggi nel centro dell'Aquila non c'è più la Standa e non c'è più nessuno che passeggia. Questo edificio, l'ex Standa, **deve diventare così bello, così funzionale, così attraente, da far tornare la voglia agli Aquilani di passeggiare lungo il Corso**, anzi, deve far venire voglia di andarci, anche a chi non è mai stato all'Aquila!».

Un'ambizione importante, ma necessaria per affrontare un tema progettuale che per sua natura richiede un grosso distacco da quella che è la realtà dei luoghi del lavoro oggi.

Vedi su us-ufficiostile n.2/2011 l'intervista con ing Antonio Napoleone, CEO di Europa Risorse, relativo ai progetti per L'Aquila



4

#### 4. Officina Stabile, studenti e professionisti insieme al lavoro

Mira al coinvolgimento dell'Università di L'Aquila: studenti, giovani progettisti e professionisti affermati trovano un luogo dove condividere entusiasmo e competenza. Un'officina di idee ed esperienze per riportare vitalità e movimento a luoghi oggi troppo silenziosi. (A. Terzi, L. Trombin, S. Valsecchi, I. Zonda)

It aims at involving the University. A workshop of ideas and experiences to bring life back to places now too quiet

#### 5. 8 tools, City Centre

Otto strumenti dedicati alla progettazione: dall'ideazione alla realizzazione, dalla ricerca all'innovazione, integrando l'artigianato locale alla grande esperienza dei maestri Aquilani.

Un luogo in cui confluiscono tradizioni.

(Q. De Coster, M. Simoni, C. Vedovati, F. Violante, R. Zamporri)

Eight tools for planning: devising to realization, research to innovation, including crafts and the experience of the masters of Aquila



4



4



5



5



5

Analizzando più da vicino questo edificio gli studenti scoprono che verso il corso il piano terra è porticato e vi si affacciano varie vetrine: al portico si accede con dei gradini perché su questo punto il corso è in salita.

Le due strade laterali a Est e ad Ovest sono invece in discesa cosicché i due piani interrati hanno parziali affacci sul retro, verso la Chiesa che è stata invece molto danneggiata. Oggi l'edificio è strutturalmente sano e vuoto. Solo parte del piano terra è occupato da una filiale bancaria operativa.

Ci sono già dei progetti a vari livelli per utilizzare e rendere redditizio questo bene (vedi articolo su US numero 2/2011) ma ad oggi non ci sono decisioni definitive e questo fa dell'edificio un ottimo caso studio da portare agli studenti.

L'Aquila sarà ricostruita, prima o poi e ha bisogno di operazioni che producano una piccola scossa elettrica per dare coraggio e fiducia agli investitori, che ad oggi non hanno trovato sufficienti motivazioni per lanciarsi nella ricostruzione del centro storico.

**Il tema del laboratorio è stato quindi di concepire e rappresentare una nuova destinazione d'uso di questo edificio ex-Standa dove**

Un luogo capace di dare stimoli creativi per una nuova vitalità all'Aquila e ai suoi cittadini

cittadini, visitatori, studenti, professionisti e operatori vari potessero **trovare l'ambiente adatto al lavoro e soprattutto stimolante per la rinascita della città.**

#### I team di progetto

Sono stati organizzati **dodici gruppi di lavoro** che hanno preparato dodici ipotesi: magari ipotesi non direttamente trasportabili nella realtà, magari un po' ingenua rispetto al business immobiliare e alla speculazione, ma sicuramente utili e stimolanti. Sebbene ogni progetto sia diverso, ogni gruppo doveva prevedere la possibilità di **lavorare all'interno dell'edificio, anche ventiquattro ore su ventiquattro** e doveva ipotizzare la **presenza di attività commerciali di vario genere**, più o meno inerenti alle attività che si svolgono all'interno.

Gli studenti hanno preso e appreso con grande serietà, le problematiche che la città dell'Aquila si trova ancora oggi ad affrontare. Hanno analizzato con attenzione le attività che si svolgevano prima del sisma e quelle che mancavano, valutando l'opportunità di creare innovazione oppure sostenere la tradizione.

Sono nati così progetti che ipotizzano un **workshop per studenti di architettura** (la fa-





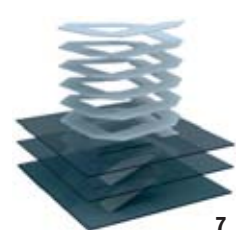
Un luogo capace di donare nuova speranza tramite un percorso storico della città: trarre forza dal passato, per dare forma a un futuro migliore

coltà di architettura non era presente prima del sisma), che potrebbero quindi avere un luogo dove studiare, confrontarsi con tutte le problematiche della ricostruzione e frequentare un ambiente ricco e vivo, grazie anche a tutte quelle figure professionali che oggi sono coinvolte nella ricostruzione (progetto “Officina Stabile”).

Altri gruppi, invece, hanno puntato l'attenzione sulla tradizione, come per l'allevamento degli ovini e la lavorazione della lana, dando così vita ad un vero e proprio “Palazzo della Lana”.

Si varia poi dall'ipotesi di “uffici gastronomici” (una specie di Eataly con tavoli e angoli lavoro) a centri espositivi e di lavoro per artigiani moderni; da uffici centrati sulle bellezze locali come il parco naturale del Gran Sasso a luoghi di lavoro e riflessione, che parrebbero alberghi francescani con tanto di celle monastiche e spazi comuni; da uffici meditativi a uffici musicali e così via.

In tutti prevale il **senso allegro e gioviale** che alimenta il piacere dei giovani nello stare insieme e una grande **sensibilità per la natura**, che è sempre bella e sorprende come possa diventare così drammatica. ■



#### 6. Si Fa a l'Aquila: musica ed energia per ripartire da zero

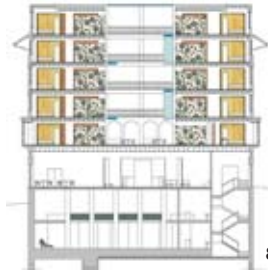
Un Palazzo per la Musica: una grande cassa armonica dove lavorare, ascoltare, provare. Un ambiente polifonico, dove la musica interagisce con l'attività lavorativa dando vita a jam-session uniche e stimolanti. (L. Scibona, S. Sturba, M. Triola, J. R. Wang, S. Zubelli)

The “Music Building” (Palazzo per la Musica): a big soundbox to work, listen to and rehearse, where music interacts with work

#### 7. La voce dell'Aquila, il centro espositivo.

La volontà di dare voce all'Aquila attraverso le esigenze dei suoi abitanti. Un luogo capace di donare nuova speranza tramite un percorso storico della città: trarre forza dal passato, per dare forma a un futuro migliore. (M. Simoni, C. Vedovati, F. Violante, R. Zamporri, Q. De Coster)

To give new hope through a historical route of the city: to gain strength from the past, to give shape to a better future



## 8. Hotel Office, La possibilità di lavorare a 360°

La pace del monastero,  
l'accoglienza dell'Hotel.  
La convivialità del refettorio,  
l'efficienza del concierge.  
Uno spazio dove lavorare,  
condividere e soggiornare  
in un continuum di tranquillità  
e concentrazione.  
(D. Sibillino, C. Tangari,  
E. Valentinelli, E. Villa)

The peace of the monastery,  
the warm welcome at the  
Hotel. A space where one can  
work, share and stay calmly

## 9. ConVenio: l'esposizione al centro

Un luogo nel quale ogni visitatore può lasciare un'impronta, un contributo per la ricostruzione morale dell'Aquila in modo da stimolare l'unione e la collaborazione tra le persone. L'elemento unificatore e caratterizzante dei piani dell'edificio è la possibilità di rendere visibili le proprie idee: pensieri, progetti, iniziative raccontate e mostrate su bacheca interattiva.

[P. Smurra, E. Vaghi, G.Volinia, S. Walzer]

Each visitor can make a contribution for the moral regeneration of Aquila to stimulate harmony and cooperation among people



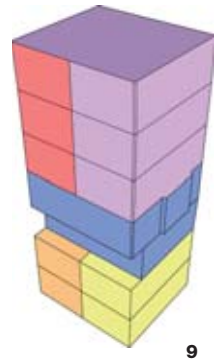
## 10. La Sorgente: una natura gentile per un nuovo inizio

Una Sorgente calma e  
cristallina per risolvere una  
città messa in ginocchio da  
una natura forte e violenta.  
Un palazzo capace di  
coinvolgere la natura buona  
e ristabilire un rapporto  
interrotto. Un ambiente in  
grado di dare nuova fiducia  
agli Aquilani.  
[S. Santambrogio,  
C. Scartezzini, C. Ventura,  
R. Volovei]

A calm and crystal-clear source to involve good nature and establish an interrupted relation. An environment to give the residents of Aquila new confidence



Un luogo dove lavorare,  
condividere e soggiornare  
in un continuum di tranquillità  
e concentrazione

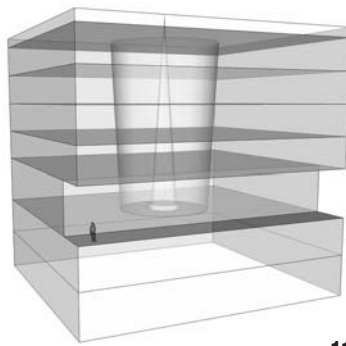


Vedi l'intervista con Michele De Lucchi e i progetti dello scorso anno accademico us-ufficiostile numero 3/2010 e su [www.living24.it/intervista-a-michele-de-lucchi/0,1254,58\\_ART\\_2558,00.html](http://www.living24.it/intervista-a-michele-de-lucchi/0,1254,58_ART_2558,00.html)





11



11

#### 11. Il Tempio del Pensare: il Palazzo della mente

Un luogo mistico, introspettivo, dove ritrovare la forza interiore e la propria serenità per ricostruire l'Aquila. Un edificio strutturato verticalmente, teso tra cielo e terra, dove ogni persona, nella sua individualità, può ristabilire un equilibrio interiore necessario alla rinascita. (A. Sitnikova, L. Tantimonaco, C. Wang)

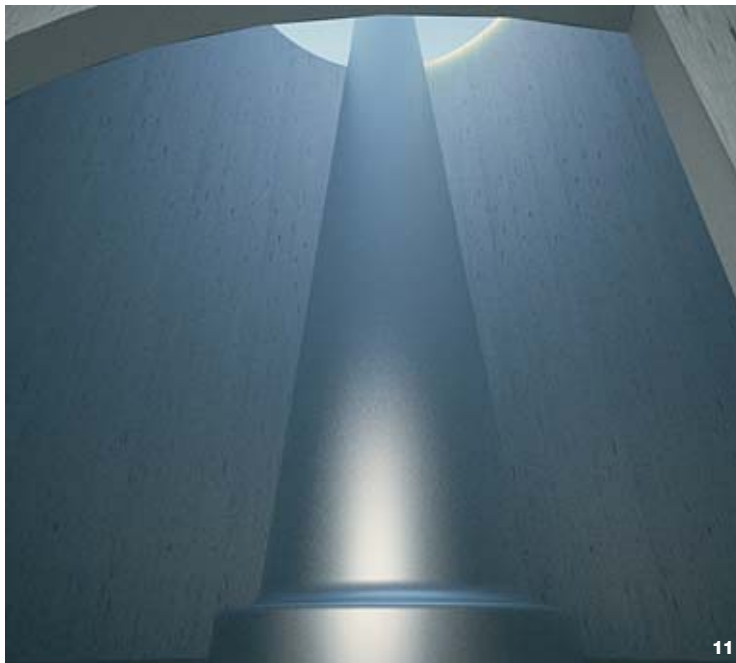
A mystical place, vertically structured, stretched between sky and earth, introspective, to find again one's fortitude and serenity to face the rebuilding of Aquila

#### 12. Time: il Palazzo dell'esperienza

Una linea che attraversa ed organizza verticalmente l'edificio: dal museo del piano interrato allo spazio di aggregazione e socialità del roof garden dove un sistema di teli tesi ripropone in maniera sottile e metaforica la struttura delle tendopoli, dove gli Aquilani, per quanto disagiati, hanno ristabilito dei rapporti interpersonali, riscoprendo il valore della socialità.

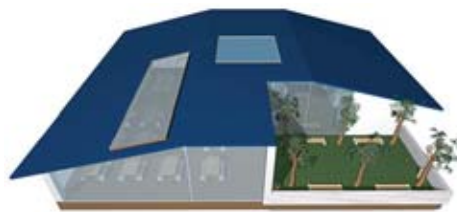
(A. Tadini, C. Teruzzi, L. Triolo, M.C. Tumiatì)

A line crossing and organizing the building vertically: from the museum in the basement to the roof garden to meet and mingle



11

Un'officina di idee ed esperienze per riportare vitalità e movimento a luoghi oggi troppo silenziosi



12



12

#### A NEW EPI-CENTRE FOR L'AQUILA

##### Twelve ideas to bring a deserted building back to life

Sixty students from the second year of the Three-year Degree in Interior Design tried to investigate the work theme, and most of all the work places, with Michele De Lucchi's help and guidance. Just one year ago, De Lucchi himself, interviewed by Renata Sias (see 3/2010 and link [www.living24.it/intervista-a-michele-de-lucchi/0,1254,58\\_ART\\_2558,00.html](http://www.living24.it/intervista-a-michele-de-lucchi/0,1254,58_ART_2558,00.html)), hoped, and not too provokingly, for the disappearance of the office. One year later and with the Salone del Mobile per Ufficio behind us, his challenge sounds even more topical!

It's interesting to try to understand **what possible ways lay ahead of the work world**, that involves and almost overcomes the daily work of most of us. **Michele De Lucchi**, who has been investigating the theme of the office transformation and the thorough changes in the work-related life style for some time, **recognises in technologies and IT a unique opportunity**: a freedom in organizing one's time not yet fully perceived so as to make the most of it. We thought we couldn't miss this opportunity to reflect and pinpoint what the new generation can see in these possibilities, especially if **urged in an emergency like L'Aquila**. The students from Politecnico di Milano were reminded, that to restore the strong ascendancy they have over their users the offices should **aim at a sort of "concept office"**: namely a place that can **attract and entertain people through the offer of several functions and opportunities**.

The workshop theme was to **conceive and represent a new use** for the building of the former Standa downtown L'Aquila, undamaged after the earthquake, where residents, visitors, students professionals and other workers could **find a suitable working environment**, and most of all stimulating for the **renewal of the city**. **Twelve workteams** were organized and in all of them **high spirits and good humour** are prevailing and increase the young's pleasure to be together and a great **awareness of nature**, so beautiful and it's amazing how it can turn so dramatic. ■

a cura di **Silvia Sertorio, Arel**

www.arel-italia.it



1. Shopping&amp;Fun di Fiumara, Genova (ING. RE)

2. Centro commerciale Roma Est (ING. RE)

3. Il Convegno organizzato da Arel

# IL MONDO NEL FRATTEMPO È CAMBIATO

Real Estate italiano e investitori esteri

L'ANALISI DEL RAPPORTO TRA IL MERCATO REAL ESTATE ITALIANO E GLI INVESTITORI ESTERI, AVVIATA DA AREL CON IL CONVEGNO ORGANIZZATO LO SCORSO 8 GIUGNO IN SENO AD EIRE - EXPO ITALIA REAL ESTATE, OGGI FA I CONTI CON UNO SCENARIO IN MUTAZIONE.



Tremano i mercati internazionali, il debito USA è la nuvola nera che tiene sotto assedio ogni previsione, in Europa misure di salvataggio cercano di dare respiro alla ricerca di soluzioni per i Paesi a rischio, Spagna, Portogallo, Grecia. E l'Italia, fino a un paio di mesi fa vista con ottimismo, è entrata improvvisamente nella lista dei territori da tenere sotto osservazione, sui quali è meglio evitare azzardi e attendere gli sviluppi, prima di qualsiasi decisione. I tassi di interesse, aumentati in modo sensibile, scoraggiano gli investitori, che preferiscono restare alla finestra o orientarsi su quelle regioni, come Germania e Svezia, che nell'ultimo periodo hanno dimostrato indicatori di crescita più incoraggianti.

«Il mercato italiano, in realtà e nella sostanza, non è cambiato, ma il sentiment, sì.» – spiega **Lisette Van Doorn**, Country Manager Italia di ING Real Estate Investment Management– «L'Italia è molto interessante per gli investimenti immobiliari, ma, in questa fase, è più difficile convincere gli investitori delle opportunità».

L'immobiliare italiano, però, è sempre stato un incontro tra contraddizioni. Da una parte stabilità, ricchezza di opportunità (per esempio nel retail al Sud, ancora ben lontano dalla saturazione), e la vivacità di sviluppo di due prime location come Roma e Milano.

Dall'altra, le storiche incertezze in materia di fiscalità, la burocrazia ostativa e, soprattutto visto con gli occhi degli istituti di credito finanziatori, un difetto di trasparenza nella comunicazione. E qualche lacuna nella capacità di promuovere le proprie caratteristiche vincenti.

Gli investitori istituzionali, che hanno già investito in Italia e quindi, conoscono bene il mercato, e i fondi paneuropei o regionali, che avevano già ottenuto l'approvazione per intervenire in Italia, continuano ad essere attivi e a portare avanti i piani di investimento e sviluppo.

«Ci sono investitori seri che continuano a lavorare nel nostro Paese, malgrado le incertezze in materia di fiscalità» – dice **Micaela Malinver-**







no, Head of Milan Branch di EuroHypo – «Questo mercato può essere davvero interessante per operatori che, oculatamente, costituiscano joint venture con entità nazionali, facilitatori all'interno della macchina burocratica, e che sappiamo fare leva su un know how locale fidelizzato».

Dalle banche e dagli istituti finanziari emerge, poi, un appello a trasparenza, completezza e gestione professionale dei report, strumento fondamentale e vincente di rapporto virtuoso, in grado di fornire elementi corretti di valutazione del rischio degli asset e individuazione delle eventuali misure più appropriate, secondo le normative vigenti, prima di tutto Basilea.

Nel frattempo, ci sono operatori in piena trasformazione. **ING Group ha siglato a febbraio di quest'anno un accordo con CB Richard Ellis Group Inc, che assorbirà le attività di ING Real Estate Investment Ma-**

**nagement, ad eccezione degli Stati Uniti.** La chiusura dell'operazione è attesa entro la fine dell'anno.

In maggio, poi, ING REIM ha ottenuto da Banca d'Italia l'autorizzazione per una SGR, che migliorerà le opportunità di gestione di fondi e investitori stranieri, ma sarà anche leva per accrescere il business e raccogliere investitori italiani.

Per la Società olandese l'impegno nel mercato italiano è serio e specializzato. Il patrimonio gestito in Italia, del valore di circa 1,2 miliardi di euro, è, infatti, composto in buona parte da Centri Commerciali: un prodotto diversificato che offre rendimenti importanti e stabili. ING gestisce il prodotto in modo intensivo grazie ad un "in-house team" di sette asset manager. E oggi guarda ancora al mercato tricolore con grande attenzione: «Siamo convinti che l'Italia possa offrire opportunità di sviluppo interessanti» – conferma Lisette Van Doorn – «Gli investitori, infatti, generalmente si orientano su investimenti "core", ma apprezzano soluzioni capaci di offrire qualche upside».

**E se la crescita inizia proprio dalla capacità di evidenziare e valorizzare le proprie caratteristiche forti, è da qui che si deve ripartire.** Come sottolinea Micaela Malinverno, visto che il confronto è ormai su un palcoscenico internazionale, «bisogna migliorare la capacità di fare marketing del nostro Paese».



## MEANWHILE THE WORLD HAS CHANGED

### Italian Real Estate and foreign investors

*The analysis of the relationship between the Italian Real Estate market and foreign investors started by AREL with the meeting organized last June 8th within EIRE – Expo Italia Real Estate – has now to reckon with an unsettled scenario.*

*Unsteady markets worldwide, US debt as a black cloud besieging all estimates, European measures and possible solutions to bail out countries at risk, Spain, Portugal and Greece. And Italy, taken with an optimistic view just a few months ago, has suddenly been added to the list of territories under observation, where it's better to refrain from unwise actions and follow a wait-and-see policy before all decisions. The rate of interest, increased considerably, discourages investment. «Actually the Italian market, hasn't changed essentially, but feelings have» – explains Lisette Van Doorn, Country Manager Italia at ING Real Estate Investment Management. Yet, the Italian property market has always been an encounter of contradictions. On the one hand, stability, wealth of opportunities. On the other, the notorious uncertainty about the taxation system, bureaucracy, lack of transparency in communication and some gaps in promoting one's winning features. But institutional investors, who have already invested in Italy are still active and work at investment and development plans.*

*«This market can really be interesting for people who shrewdly form joint ventures with National entities, facilitators within the bureaucratic machine knowing how to play on a local, retained know-how» says Micaela Malinverno, Head of the Milan Branch of EuroHypo. «We truly believe that Italy can offer some interesting development opportunities» Lisette Van Doorn confirms. And if such a growth depends just on the capability of stressing and making the most of one's strong points, then let's start from there.*

a cura di **Lucia Matti**Foto e schizzi di **Cristian Catania**

www.lombardiniventidue.com

# I LUOGHI COME STRATIFICAZIONE DI ESPERIENZA

Terza conversazione  
di Franca Ferrari e Luigi Pezzoli  
con Virginio Briatore

lombardiniventidue

NOVEMBRE DUEMILADUE

ORC LOMBARDINIVENTIDUE

TERZA CONVERSAZIONE  
FANTASMI URBANI -

UNA GRANDE PARTECIPAZIONE DI PUBBLICO E UN FORTE COINVOLGIMENTO EMOTIVO HA CARATTERIZZATO LA TERZA CONVERSAZIONE ORGANIZZATA DA LOMBARDINI22 NELL'AMBITO DEL CICLO FANTASMI URBANI.

ASSAI DIVERSI I CAMPI DI ESPERIENZA DEI DUE SPEAKER MODERATI DAL FILOSOFO DEL DESIGN VIRGINIO BRIATORE: FRANCA FERRARI, RESPONSABILE RICERCHE QUALITATIVE DOXA, HA SVILUPPATO CON LOMBARDINI22 E METHODOS IL PROGETTO RESARC, CHE METTE AL CENTRO LO STUDIO DEI COMPORTAMENTI, L'ETNOSEMIOTICA, PER CAPIRE COME PENSARE E PROGETTARE SPAZI IN MODO PIÙ CONSAPEVOLE. LUIGI PEZZOLI, OLTRE CHE PRESIDENTE DI BRIOSCHI SVILUPPO IMMOBILIARE, È ANCHE UNO STUDIOSO DI ANTROPOLOGIA, HA VISSUTO IN AFRICA E HA CONDOTTO DIVERSE RICERCHE SUL CAMPO.

## Lo spazio genera esperienze che producono memoria

L'incontro nasce dalla comune consapevolezza che lo spazio influenza i comportamenti e genera emozioni individuali e collettive, esperienze che si consolidano e producono memoria. Piazza Tien 'An 'Men e Piazza del Campo, Piazza San Marco o Piazza Navona. La scalinata di Trinità dei Monti, la Scalinatella di Positano. Centrale, in tal senso, il tema dell'esperienza dello spazio, dell'emozione, della memoria e dei comportamenti.

«Cosa guardiamo – si chiede Virginio Briatore – cosa percepiamo, perché scegliamo un lato di una strada piuttosto di un altro. Perché una strada ha un forte valore commerciale fino ad un certo numero civico o solo per i numeri pari? Siamo in grado di spiegarlo o è così perché è sempre stato così, perché facevano così i nostri antenati?»

## Il valore emotivo dello spazio

Franca Ferrari parte da una 'istantanea' della società attuale. Racconta che c'è una evoluzione sociale di cui non si può non tenere conto. Una popolazione più informata e attenta, famiglie meno tradizionali e più single, **una popolazione più rispettosa verso la comunità e l'ambiente**, più mobile e frenetica, più anziana e multietnica. Il rapporto tra popolazione attiva e non attiva, ad esempio, è salito dal 45,7% del 1991 al 53,2% del 2012. Gli immigrati dall'1 al 10% (Fonte Istat 2009). Assistiamo a un grande cambiamento nel modo di pensare e nel modo di aggregarci. C'è un bisogno comune di semplificazione. **C'è un ritorno al primato dell'emotività.**

«Sempre più – sottolinea Franca Ferrari – sentiamo che il pensiero logico-causale non funziona più, **il pensiero è fluido, poco lineare, caotico, un po' come su internet.** Si tende a semplificare tutto, a tornare a cose elementari, **reagiamo a ciò che ci circonda soprattutto in maniera emotiva, per induzione e non per ragionamento**, questa è la nostra salvezza, è il modo di uscire dalla crisi.



Fantasm Urban.  
 Conversazioni@lombardini22  
 Tre incontri con un unico fine:  
 dissolvere i fantasmi  
 che abitano l'immaginario  
 urbano.



UFFICIO STILE PUBBLICA IN ESCLUSIVA  
 I CONTENUTI DELLE CONVERSAZIONI  
 ORGANIZZATE DA LOMBARDINI22 – SOCIETÀ  
 DI ARCHITETTURA E INGEGNERIA CON UN  
 ORGANICO DI SESSANTA PERSONE, DEDICATA  
 AI MERCATI DEL TERZIARIO, DEL RETAIL  
 E DELL'OSPITALITÀ – SULLA SCIA  
 DELL'INSTALLAZIONE SITE SPECIFIC FANTASMI  
 URBANI, REALIZZATA DALL'ARTISTA  
 ROBERTO CAMBI. (SI VEDA RISCHIARE LO  
 SVILUPPO. PRIMA CONVERSAZIONE SU US 1/11).



Cambia anche il modo di aggregarsi: non stiamo più insieme davvero ma stiamo continuamente in contatto, un po' come gli stormi di uccelli. Ci muoviamo in un corpo collettivo anche se viviamo esistenze molto solitarie! Quindi cambia il modo in cui ci relazioniamo al reale, il mondo che stiamo costruendo.

Le neuroscienze – continua Ferrari – dimostrano che **diamo sempre più rilievo a modalità primitive di ragionamento**: buono/cattivo, bello/brutto, con una reattività incredibile, e questo mi porta a pensare che lo spazio – inteso come ambiente, casa, quartiere – avrà sempre maggiore rilevanza perché entra dentro di noi, non è neutro, ci condiziona in tutto quello che facciamo.

Il primato dell'emozione deve renderci consapevoli di quanto le luci, i rapporti spaziali con le strade, con le piazze, con gli ambienti entrino prepotentemente nella nostra realtà senza che ne siamo consapevoli.

Del resto – come ribadiscono le neuroscienze – **lo spazio ha un forte impatto sulle nostre percezioni, interagisce con la nostra capacità di comprendere e con la nostra affettività, condiziona i nostri comportamenti**.

In un ambiente di lavoro lo spazio condiziona l'engagement e la capacità delle aziende di attrarre talenti (tanto che tutti i processi di change management prevedono una ristrutturazione fisica degli spazi prima ancora del cambiamento delle persone e dei processi); in un nido lo spazio influisce sul comportamento dei bambini sulle loro interazioni e sulla capacità di giocare; in una struttura sanitaria impatta sulla efficienza del personale, sulla immagine della struttura, sul processo di guarigione dei pazienti; in un quartiere influisce sul comportamento e sulla salute psichica degli abitanti arrivando ad essere fattore predittivo di comportamenti devianti. In un contesto di consumo influisce sulla capacità di attrazione, sulla coerenza della brand experience, sui comportamenti di consumo/acquisto; in un building condiziona l'efficienza e la qualità dei processi (fonte AipsiMed)».

### L'antropologo come decodificatore del significato degli spazi

Luigi Pezzoli, nella doppia veste di sviluppatore immobiliare e di antropologo, interviene sottolineando il valore determinante delle conoscenze 'antropologiche' per chiunque sia chiamato a progettare.

«Ciò nonostante, racconta, non ricordo di aver mai visto coinvolta la figura dell'antropologo nei team di progetto architettonico e nei concorsi di architettura! Una lacuna imperdonabile se si considera che **'il costruito' è il luogo che più di altri rappresenta l'uomo, i suoi sogni, le sue motivazioni**, anche quelle più

recondite, ed è soprattutto destinato a durare nel tempo. Conoscere i riti, le culture, le tradizioni, il modo di fare, aiuta a costruire nel rispetto della natura più profonda dell'uomo.

E, a ben vedere, il disagio che l'uomo prova nell'abitare il mondo attuale, nasce proprio dal fatto che **l'evoluzione biologica non corrisponde a quella culturale**.

Quest'ultima ha una velocità che precede, di molto, quella dell'adeguamento biologico, con disagi evidenti per l'umanità».

Prima di progettare bisognerebbe sapere quali sono le forze latenti che spingono l'uomo a ritrovarsi in un certo luogo. Capire che si va in centro, non tanto per ragioni legate alla bellezza di un luogo, quanto al **rito di sentirsi parte di una comunità**.

Ci si dirige in un luogo perché lo si sente, senza esserne consapevoli, come fonte di radicamento, come spazio stratificato di esperienze pregresse. Ignorare queste dinamiche può decretare la morte di luoghi effimeri, decentrati, artificiali, come talvolta vengono considerati i centri commerciali e le periferie.

Luoghi che spesso vengono vissuti come 'non luoghi', in cui il traffico e la comunità ricrea intorno al business e alla vendita **non gratifica quel bisogno profondo di ritrovarsi in un luogo simbolico**.

Pezzoli cita più volte **Marc Augé**, l'etnologo e antropologo francese che ha teorizzato il 'non-luogo' ovvero quello spazio utilizzato per usi molteplici, anonimo e stereotipato, privo di storicità e frequentato da gruppi di persone freneticamente in transito, che non si relazionano, situazione riscontrabile negli aeroporti, negli alberghi, sulle autostrade, nei grandi magazzini. «Se c'è una realtà in cui i Centri Commerciali possono aver funzionato sono i nuovi mondi – America, sud America – paesi nei quali creare un centro commerciale significava spesso creare un centro storico. Ma in Europa, in Italia, nei **nostri centri storici esistono già quei luoghi nei quali la memoria collettiva si è condensata!**».

### Periferie senza identità che non mettono in scena la cultura del luogo

«D'altra parte come stiamo trasformando queste nostre città? L'urbanistica ha creato periferie anonime, luoghi nei quali si ha voglia di passare velocemente per arrivare da un'altra parte. Ci stiamo dando un sistema di regole che sta sfilando la nostra civiltà – lamenta Pezzoli – al punto che, **la maggior parte dei nostri centri storici sarebbe paradossalmente 'fuori norma'**. Dobbiamo renderci conto che quando costruiamo abbiamo una grande responsabilità perché stiamo proiettando nel tempo una eredità complessa. E magari, an-

UNO SPAZIO DI DIALOGO INTIMO E ACCOGLIENTE CREATO DALLA SOCIETÀ DI PROGETTAZIONE ARCHITETTONICA LOMBARDINI22 PER CONDIVIDERE ESPERIENZE, TIMORI, IDEE. DUE INTERLOCUTORI PRONTI, DI VOLTA IN VOLTA, A METTERSI IN GIOCO E A PROPORRE NUOVI SCHEMI, UN MODERATORE 'FILOSOFO' ED UNA PLATEA DI OPERATORI DEL MONDO IMMOBILIARE DAVVERO MOLTO INTERESSATA. L'INTERO PROGETTO HA PRESO AVVIO DALLA VOLONTÀ DI INTERCETTARE QUELLI CHE SONO I TREND CHE ANIMANO LA CULTURA URBANA E DAL DESIDERIO DI RAPPRESENTARLI E CONDIVIDERLI.



Urban ghosts.  
Conversazioni@lombardini22

che un po' di sacralità nel fare questo mestiere, non guasterebbe».

«In molti spazi urbani – racconta Franca Ferrari – abbiamo semplicemente occupato spazio. Manca quel colore, quel dettaglio, quel particolare architettonico che appartiene alla cultura del luogo. **Le periferie sono semplicemente occupate.** Per fortuna in alcuni casi, per esempio in Emilia, le cose sono andate meglio. Anziché distruggere e ricostruire si è cercato di 'risistemare' rispettando le usanze, la storia, la personalità dei luoghi, cercando di mettere in scena la cultura specifica di quel luogo. Bisogna tornare a chiedersi a cosa serve un edificio, un quartiere. Bisogna cercare di **intercettare le aspettative emotive e lo stile di vita delle persone che li abiteranno.** Il recupero di questi valori, di queste informazioni non è tempo perso e genera anche un ritorno economico».

Nel chiudere l'incontro – e rendere consapevole la platea di come esista una stratificazione di vissuti che sottende ogni luogo – Virginio Briatore ha letto il bellissimo testo di Danilo Kis, estrapolato dal libro 'Clessidra' (ed. Adelphi, capitolo 9) in cui si immagina che un uomo, appoggiato alla nuda terra, possa avvertire le impercettibili vibrazioni emesse dalle stratificazioni di materia che coprono l'originario Mare Pannonico. ■

#### PLACES AS STRATIFICATION OF EXPERIENCES

**Third conversation with Franca Ferrari and Luigi Pezzoli and Virginio Briatore**

*A large attendance and a deep emotional involvement have marked the third conversation organized by Lombardini22 within the course Fantasma Urbani.*

*Two speakers with a different field of experience and a moderator who is a design philosopher, Virginio Briatore: Franca Ferrari, in charge of qualitative studies at Doxa and Luigi Pezzoli, president of Brioschi Sviluppo Immobiliare and student of anthropology.*

*The meeting is the result of the common awareness that space can influence behaviours and arouse individual and collective emotions, experiences that are strengthened and produce memory.*

*Franca Ferrari starts from a 'snapshot' of our current society and stresses that the **thought is fluid, not too consistent, chaotic and a bit like over the Internet.** People tend to simplify everything and go back to basics, we **react to what we are surrounded with, mostly emotionally, by induction and not by reasoning.** Even the way we mingle and relate to facts has changed. As confirmed by neurosciences **space has a significant impact on our perceptions, it interacts with our capability of***

*understanding and our affectivity, it influences our behaviour.*

*Luigi Pezzoli, in his dual capacity as developer and anthropologist points out the crucial value of 'anthropological' knowledge for anyone involved in planning: the **'built up' is the place that represents man, man's dreams and motivations more than others,** even the most secret ones, and it's most of all meant for lasting over time. Knowing the rites, cultures, traditions and attitudes helps to build in obedience to man's most profound nature. Indeed, man feels uneasy in this world just because the **biological evolution is not up to the cultural one.***

*Before planning, we should understand that we are going towards a place because we feel it, yet unaware, as a source of rooting, as a stratified space of past experiences. To ignore this dynamics may ordain the death of short-lived, decentralized, artificial places, as sometimes suburbs and shopping malls are considered. Places often known as the "non lieux" quoted by **Marc Augé**, where traffic and a community created round business and selling **doesn't meet that deep need for symbolic places.***

*Town planning has produced nondescript outskirts, places you whizz past to go elsewhere. **The outskirts are not places you live in, you just occupy them.** Instead, we should try to **capture the emotional expectations and life style of their future residents.** The recovery of these values, this information, is not a waste of time and has an economic return, too. ■*



# living<sup>24</sup>.it



GENERATORE DI TENDENZE.



L'interior design è di casa su Living24.it. Un portale aggiornato in tempo reale su eventi, oggetti, progetti e personalità del design contemporaneo. Per abitare il tempo e migliorare il nostro habitat da protagonisti, anticipando il corso delle cose e delle idee. Uno studio virtuale dove confrontarsi con altri professionisti, appassionati o imprenditori del settore. Ma soprattutto una fucina di idee e talenti dove cercare o immettere ispirazioni. Tutto questo e altro ancora è Living24.it.

**LIVING24.IT. IL PORTALE DI RIFERIMENTO PER I PROFESSIONISTI DELL'INTERIOR DESIGN.**

# living<sup>24</sup>.it

# arianna

Design Caimi Lab



Caimi Brevetti S.p.A. • 20834 Nova Milanese • MB • Italy  
T +39 0362/49101 • F +39 0362/491060  
info@caimi.com • www.caimi.com

**Caimi**  
B R E V E T T I




# Interpon - F Trend e Contemporary

Due collezioni di tinte proposte da Akzo Nobel  
per il mondo del design

Per richiesta campioni e informazioni:  
[marketing.italia@akzonobel.com](mailto:marketing.italia@akzonobel.com)  
tel. +39 (0)31 345 111






Negli ultimi anni è nata una forte esigenza, anche per il mondo delle vernici in polvere, di seguire sempre più da vicino e in maniera mirata il mondo dell'arredamento metallico, un ambito tradizionalmente orientato al design e rappresentativo di un fertile campo di sperimentazione per gli architetti di tutto il mondo. Per offrire proposte innovative in grado di soddisfare la creatività dei progettisti, l'Aesthetic Center di Akzo Nobel, dopo anni di ricerca ha selezionato gli inediti cromatismi della gamma Interpon F.

Per maggiori informazioni:  
[www.interpon.com](http://www.interpon.com)  
[marketing.italia@akzonobel.com](mailto:marketing.italia@akzonobel.com)  
numero verde 800 363 999

Vi invitiamo a cercare, nelle novità della prossima stagione, le nostre tinte





Il mondo dell'arredo si muove contemporaneamente su due binari per rispondere alla necessità funzionale ormai consolidata di qualità e lunga durata senza trascurare la sfera emozionale e gli aspetti del progetto che riguardano la percezione e la sinestesia. L'architetto e il designer vogliono stimolare le sensazioni dell'osservatore offrendogli la possibilità di identificarsi in un oggetto che diviene, nella maggior parte dei casi, l'espressione più comune dell'arte contemporanea e della nostra società.

Sempre più vicino all'arte e alla moda, anche il mercato dell'arredo è continuamente soggetto ai cambiamenti nello stile di vita comune, ai gusti e alle tendenze di colore. Nel 2005 Akzo Nobel decide di creare in Olanda un gruppo di lavoro che si consolida negli anni come "Aesthetic Center di Sassenheim" è formato da professionisti del colore che operano in stretta collaborazione per realizzare un'offerta completa e costantemente all'avanguardia.

La proposta di Akzo Nobel diviene concreta grazie ad Interpon F: una selezione di tinte in grado di rispondere alle esigenze estetiche con prodotti di elevate qualità e performance. Grazie anche a una serie di strumenti creati per supportare il lavoro di architetti e designer, Interpon F diviene in pochi anni la gamma più popolare tra gli studi europei di design, riscuotendo grande successo anche tra i più importanti produttori di arredo metallico.

La gamma *Interpon F* offre due diverse proposte: la Collezione Trend, che nasce dallo studio annuale delle tendenze di colore per l'anno successivo, e la Collezione Contemporary, che si propone di analizzare le tinte più apprezzate e consolidate del settore nel corso degli anni.

L'esperienza tecnologica e la disponibilità di prodotti a stock di Akzo Nobel, consentono all'architetto di campionare i prototipi dei propri progetti con prodotti di tendenza, resistenti agli agenti atmosferici e all'uso e con consistenza di colore nel tempo. Tutti i prodotti della gamma *Interpon F* sono disponibili per il mercato sia nella versione per interno sia in quella per esterno migliorata nella resistenza alla corrosione e ai raggi UV.

## **Interpon F**

**Trend e Contemporary:  
two collections of dyes  
coming from Akzo Nobel  
for the world of design**

The past few years have shown a strong need, also in the industry of powder coating, to have a closer and targeted look at the world of metal furniture, traditionally design-oriented and a fertile field of experimentation for the architects all over the world.

In order to offer cutting-edge solutions meeting the designers' creativity, the Akzo Nobel Aesthetic Center has selected the unusual chromatisms of range Interpon F after years of research.

The furniture industry follows two tracks at the same time to meet the functional need by now settled for quality and long life, yet not neglecting the emotional sphere and the aspects of design that concern perception and synaesthesia.

Increasingly closer to art and fashion, the furniture market, too, is continuously subject to the changes in everybody's life style, tastes and colour trends.

That's why in 2005 Akzo Nobel decided to create the "Aesthetic Center of Sassenheim" in Holland, a work-team formed by colour professionals who work to carry out a complete and always cutting-edge supply.

Akzo Nobel's proposal was concretized through Interpon F: a selection of dyes that meet the aesthetic requirements with top quality and performance products.

The range *Interpon F* is available in two collections: Trend, the result of a yearly study of colour trends for the following year, and Contemporary, based on the analysis of the most appreciated and settled dyes in the industry over the years.

All products *Interpon F* are available on the market both for indoor and outdoor, the latter more resistant to corrosion and UV rays.

**di cartella nelle collezioni dei più importanti nomi dell'arredo mondiale!**





**Dall'idea  
al progetto**

**e la nostra forza  
innovatrice  
per realizzarlo...**

[marketing.italia@akzonobel.com](mailto:marketing.italia@akzonobel.com)  
courtesy line 800 363 999



**AkzoNobel**

Centre Georges Pompidou, Parigi  
Progetto Renzo Piano e Richard Rogers