

iungo



Sistema di cucina modulare per gli Smartworker

The logo for 'iungo' features the word in a lowercase, sans-serif font. The letter 'i' is unique, consisting of a red dot above a grey stem.

Sistema di cucina modulare per gli Smartworker

Laureanda: Elena Bernardi
matricola 883489

Relatore: Francesco Zurlo
Correlatore: Monica Milani

In copertina illustrazione del gruppo Ilovedust per il progetto «**Make It Wonderful**» di Franke

“Ci siamo divertiti moltissimo a lavorare alle nostre illustrazioni. Abbiamo creato elementi che raccontano storie: un bambino che gioca a pallone con un polpo oppure che fa skateboard su un granello di granturco, oppure l'uomo che naviga in una tazza di caffè. Ci ha affascinato l'idea di un viaggio fantastico. Un mondo utopico con farfalle e uccelli tropicali.”

ABSTRACT

Gli smartworker simboleggiano un cambiamento reale e ormai consolidato all'interno della nostra società. La configurazione della leadership e del sistema di gestione dei dipendenti sta cambiando, poiché nel 2017 è entrata in vigore la legge sul Lavoro Agile che promette dei benefit maggiori ai dipendenti in cambio di obiettivi da raggiungere. Nuovi spazi si stanno aprendo a fronte di questo cambiamento socio-culturale. In questa ondata di innovazione lavorativa, troviamo il delinearsi di nuovi spazi di lavoro, come i coworking che rappresentano luoghi di aggregazione e di lavoro condiviso dove chiunque può soggiornare da poche settimane fino ad anni. Altra modalità, ma medesima filosofia, è il diffondersi degli spazi di Coliving, qui le persone scelgono di vivere e lavorare in ambienti comuni a fronte di affitti ormai troppo alti nelle grandi città. Come ogni grande rivoluzione, anche questa comporta dei cambiamenti, non solo dei layout d'ufficio, ma anche in altri ambiti, poiché quello che sta cambiando per davvero sono le modalità di relazionarsi di questi nuovi utenti. Anche l'ambiente cucina risente di tale cambiamento e all'interno di questi spazi spinge per promuovere un cambio funzionale e progettuale rispetto alle tradizionali cucine domestiche. Si esige oggi un luogo dove le trasformazioni culturali e i nuovi stili di vita lavorano sfociano in diversificazioni di abitudini alimentari, dove più persone interagiscono con lo spazio cucina diversamente dal singolo nucleo familiare. La cucina qui ha un ruolo di assoluta centralità come motore del sistema lavoro, come creazione di nuove opportunità quindi networking. La cucina non è più un luogo dove si prepara del cibo ma è diventata un luogo dove nascono nuove opportunità. Questo scenario offre interessanti spunti per una reinterpretazione dello spazio

cucina all'interno di queste nuove realtà per la ricerca di una maggior comunicazione e fruizione dello spazio che diviene aperto a tutte le persone che lo condividono.

Lo sviluppo della tesi, dal punto di vista metodologico, ha previsto una ricerca ampia e orientata alle numerose tematiche che ruotano intorno alla cucina, considerando i cambiamenti in atto e le nuove esigenze emerse intervistando gli utenti interessati. Senza tralasciare l'importanza dell'ergonomia domestica sul modello della cucina componibile.

La parte progettuale è stata sviluppata assieme all'azienda Franke che vuole ampliare il suo mercato verso queste nuove realtà. Questo processo ha portato all'elaborazione di un concept che ipotizza uno scenario più scarno e funzionale rispetto alla cucina domestica e con disposizioni spaziali che rispondano alle esigenze di questi innovativi spazi di lavoro.

Alla luce dei metodi produttivi utilizzati dall'azienda, ma non solo, è stato creato un progetto concreto che ricorre a lavorazioni tipiche del settore arredo e integra accessori firmati Franke.

Il prodotto è frutto di una progressiva analisi di problemi e proposte di nuove soluzioni che hanno portato all'ideazione di un sistema di arredo completo che sfrutta la flessibilità e la modularità di ogni oggetto, inoltre diviene punto centrale di interazione fra gli utenti.

INDICE

Cap 1 L'evoluzione del mondo del lavoro e le relazioni sociali

- 1.1 Crescita dell'occupazione e differenziazioni nel settore lavorativo 12
- 1.2 Intermediazione e strategie delle persone in cerca di lavoro 16
- 1.3 Le reti di amici: i tempi, i luoghi e le caratteristiche degli incontri 20

Cap 2 Lo Smart Working o Lavoro agile

- 2.1 Dove nasce e come si sviluppa 28
- 2.2 Come funziona : i principi organizzativi 30
- 2.3 I lavoratori agili e le imprese smart 36
- 2.4 la tecnologia che abilita le imprese 41
- 2.5 Le aziende flessibili 42
- 2.6 I casi studio 50
 - Banca popolare Milano. BPM Agile
 - Cameo
 - Unicredi Banca
 - Gruppo Menarini

Cap 3 Steel case e il WorkCafè: un riuscito terzo luogo

- 3.1 Perché costruire un WorkCafè all'interno del luogo di lavoro 64
- 3.2 La storia dei third place o terzo luogo 68
- 3.3 Costruire benessere nei luoghi di lavoro 74
- 3.4 5 zone che identificano il WorkCafè' 82
- 3.5 Elementi di un riuscito terzo luogo 84

Cap 4 Coworking: i nuovi spazi del lavoro

- 4.1 Cosa sono e quando nascono i coworking 88
- 4.2 I servizi che offre uno spazio di coworking 92
- 4.3 Diffusione nel territorio italiano 96
- 4.4 Il target utenti: Millennials e Generazione z 102
- 4.5 I cluster di utenti : Nomad worker, Techno worker e Easy worker 108
- 4.6 I coworking a Milano 112
 - Copernico 38
 - Talent Garden,
 - Yo room
 - Qf
 - Impact HUB
- 4.7 I coworking internazionali 138
 - Deskopolitan, Parigi
 - We Work, rete di coworking internazionale
 - The Wing, Brooklyn

Cap 5 Le cucine negli ambienti smart: un nuovo mercato

- 5.1 Dal coworking al coliving: nuove esigenze per gli smartworker 156
- 5.2 Franke: il mercato e la produzione aziendale 166

Cap 6 Cucinare in ufficio

6.1	Le cucine nei luoghi di lavoro: dati e problematiche	170
	Yoroom	
	Talent Garden	
	Impact hub	
	Coworking Lambrate	
6.2	Identificazione utenti: le quattro personas	196

Cap 7 Il progetto

7.1	Evoluzione storica e tipologia dell'ambiente cucina	204
7.2	Il triangolo funzionale	210
7.3	Riferimenti ergonomici	218
7.4	La sequenza di lavoro	226
7.6	Il concept	230
7.7	Iungo: Il progetto di cucina a isola	248
	La struttura portante	
	Il Lavandino e miscelatore	
	Il piano cottura	
	La bowl: elemento di condivisione dello spazio	
	Lo storage: forme morbide offrono nuove soluzioni di contenimento	
	Lavastoviglie e rifiuti	
	Colori, Materiali e finiture	
	Possibili scenari di utilizzo	
7.8	Seconda ipotesi progettuale: cucina lineare	316
	Caratteristiche tecniche	
	Possibili scenari di Utilizzo	
	Bibliografia	320
	Sitografia	322
	Ringraziamenti	324

Capitolo

1

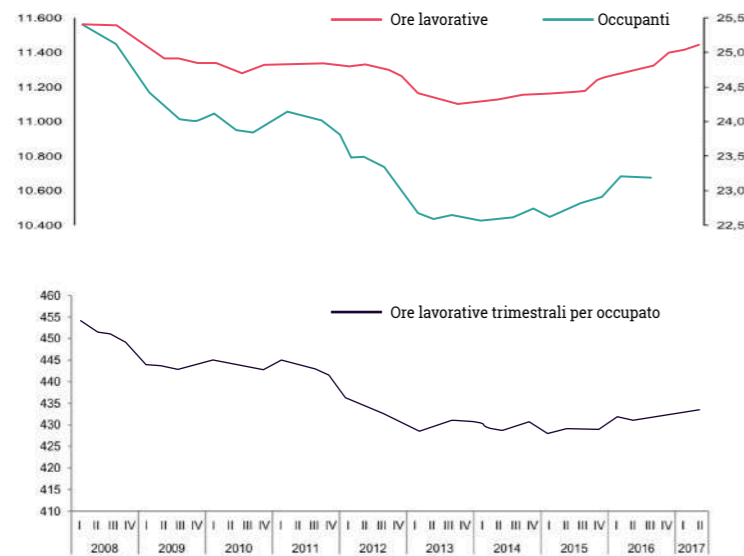
**L'EVOLUZIONE DEL MONDO DEL
LAVORO E DELLE RELAZIONI
SOCIALI**

1.1 Crescita dell'occupazione e le differenziazioni nel settore lavorativo

Obiettivo di questo capitolo è analizzare l'andamento del mercato del lavoro in questa fase di lenta ma evidente ripresa economica, non trascurando i fattori strutturali di debolezza del nostro paese al fine di integrare il concetto di smartworking e coworking come naturale conseguenza dell'evolversi dei processi economici. Secondo il rapporto "Il mercato del lavoro: una lettura integrata 2017"¹, oggi i livelli di occupazione si avvicinano a quelli del 2008

con dei valori confortanti pre crisi, nello specifico siamo a 57,8% di tasso di occupazione con una distanza di un punto percentuale dal secondo trimestre del 2008 (58,8%) e ben lontani dai minimi storici del 2013 con un tasso del 55,4%. Quella che si prefigura è una ripresa lenta come denota il grafico in figura 1 che mostra l'andamento degli addetti totali e la diminuzione dei disoccupati (la categoria comprende le persone che hanno avuto almeno un contratto nel pe-

Figura 1: Ore lavorate, numero di occupati e ore lavorate per occupato trimestrali. 2008 - 2017 (valori assoluti destagionalizzati in miliardi di ore, milioni di occupati e ore lavorate per occupato)



Fonte Istat, Conti nazionali

¹Il Rapporto è frutto del lavoro congiunto del Gruppo di lavoro tecnico e del Comitato d'Indirizzo dell'Accordo fra Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Istat, Inps, Inail e Anpal.

²Rapporto annuale 2018. La situazione del Paese. Presentato mercoledì 16 maggio 2018 a Roma presso la Sala della Regina di Palazzo Montecitorio

³Antonella Beccato articolo Corriere della sera, 7 maggio 2012.

riodo interessato).

Importante sottolineare al fine di questa ricerca è l'approfondimento degli occupati indipendenti che secondo il rapporto Istat del 2017 sono più di 5 milioni², i dati relativi alle posizioni professionali a carattere dell'occupazione sono delineati in figura 2. Gli occupati indipendenti sono coloro che svolgono la loro attività lavorativa senza vincoli di subordinazione. Fanno parte di questa categoria gli imprenditori, liberi professionisti, lavoratori autonomi, coadiuvanti nell'azienda familiare, soci di cooperativa, collaboratori (con o senza progetto) e prestatori d'opera occasionali. Questa categoria di persone che utilizzano forme di lavoro autonomo, forse oggi non

5 MILIONI DI OCCUPATI INDIPENDENTI

hanno ancora i supporti necessari per riuscire a fare il passo della sopravvivenza. Questi lavoratori hanno utilizzato la forma autonoma come paracadute in attesa di nuovi incarichi e altri nel ruolo indipendente ci continuano a provare. La domanda che ci poniamo è: come può la società o il sistema produttivo supportare questa ondata di coraggiosi lavoratori indipendenti? Lo smartworking e il Coworking che meglio vedremo dei capitoli successivi, sono sicuramente delle modalità che supportano questi lavoratori. Oggi assistiamo a un cambiamento delle professioni: da lavori puramente o manuali o intellettuali si è passati a professioni edi-

lizie che richiedono l'utilizzo di apparecchiature complesse, mentre i nuovi network lavorativi richiedono l'esigenza di continui spostamenti.

Ovviamente la crisi del 2008 ha portato ad alcuni cambiamenti nelle dinamiche sociali, un esempio concreto è che molti impegnati si sono reinventati freelance o autonomi: si appoggiano a un cliente o lavorano in modo aggregato ad una società.

Da sottolineare che il trend dei Professional, ovvero i dirigenti, è decisamente in calo: Istat descrive una contrazione del 48% negli anni 2010-2013 e molti di questi dirigenti si sono spostati su altre attività come aprire nuove imprese, consulenza e partita iva.

"Secondo i dati di Manageritalia- scrive Antonella Baccato³- ogni anno il 20% dei dirigenti privati esce da contratto, il 52% si ricolloca in una funzione equivalente, il 4% come quadro e ben il 18% con contratti atipici. Negli ultimi anni sono aumentati i licenziamenti o accordi consensuali spontanei: se prima il 30% usciva per licenziamento e il 70% per scelta, ogni il 60% esce per licenziamento e un 40% per scelta."

Si identifica, quindi, che esiste una quota molto grande di mercato costituito da giovani itinerari che non hanno un ufficio proprio, questo perché le attività legate al mondo digitale dei servizi, necessitano di persone che possano spostarsi, utilizzando postazioni part-time o sedi ondemand. Questa risulta essere la motivazione per cui molte aziende sono diventate policentriche: ovvero oltre alla sede centrale si sono dotate di altre filiali con funzioni direzionali e trasversali in diverse parti del mondo.⁴

Anche la vita media dei progetti si è ridotta notevolmente: si è passati da pianificazioni certe e lunghe ad altre brevi ed evolutive. Questo processo implica il ricollocamento delle persone in sedi differenti e il dimensionamento variabile delle postazioni riducendo il costo per postazione rispetto alla

Figura 2: **Occupanti per posizione professionale e carattere dell'occupazione.** Giugno 2017, dati destagionalizzati.

	Valori assoluti (migliaia di unità)
Occupanti	22.961
Dipendenti	17.664
Permanenti	14.974
A termine	2.690
Indipendenti	5.298

Fonte Istat, Conti nazionali

dimensione degli uffici classici. Tuttavia le grandi mutazioni sociali avvenute in questi anni hanno modificato il numero di lavoratori dividendolo in tre classi: agricoltura, industria e terziario, il quale insieme alle professioni intellettuali

costituisce il 73% dell'impiego in Italia. Paragonando il dato al 2007 il livello è aumentato dell'8% per un totale di 2 milioni e 400 mila addetti in questa tipologia di settore.

Come può la società supportare questa ondata di lavoratori indipendenti?

cit Antonella Beccato, scrittrice del Corriere della Sera

Figura 3: **Occupanti per posizione professionale e carattere dell'occupazione.** Giugno 2017, dati destagionalizzati.

	Occupanti	Variazione percentuale sul 2015	Unità lavoro	Variazione percentuale sul 2015
Agricoltura	884	4,9	1.238	0,9
Industria in senso stretto	4.541	0,8	3.723	1,7
Costruzioni	1.404	-4,4	1.464	-2,9
Servizi	15.929	1,8	17.434	1,7
Totale	22.758	1,3	23.859	1,4

Fonte Istat, Conti nazionali

⁴ (def) "l'impresa policentrica segue un processo di internazionalizzazione fondato sull'adattamento della propria formula imprenditoriale alle specificità locali dei paesi esteri serviti", un'impresa di questo tipo adatta la propria formula imprenditoriale in relazione agli strumenti e alle strutture di cui dispone. un esempio sarebbe quello della Coca-Cola nel caso in cui, invece di essere un'impresa etnocentrica (in quanto, a parte piccole varianti di gusto non significative, mantiene lo stesso prodotto in tutti i mercati) permettesse uno sviluppo differenziato delle strutture distributive.

1.2 Intermediazione e strategie delle persone in cerca di lavoro

La ricerca di lavoro⁵, secondo quanto riportato dal rapporto Istat 2018, prevede che l'equilibrio tra domanda e offerta si realizzi attraverso un processo (matching function) composto da una fase di ricerca (search) e una di collocazione (match). Questo processo di abbinamento si concretizza attraverso intermediazioni che possono essere informali (passaparola, segnalazioni) o formali (annunci, concorsi, servizi per il lavoro). Nel nostro Paese, le reti informali hanno un ruolo quasi fondamentale nell'intermediazione del lavoro. Queste reti sono costituite da contatti familiari, amici, vicini di casa, membri di associazioni e altri conoscenti, ma anche da contatti relativi alla propria esperienza di lavoro (colleghi, ex-colleghi, compagni di formazione e altre conoscenze professionali). Le persone più motivate a dare informazioni su occasioni di lavoro non sono sempre quelle con cui si hanno legami "forti" appunto le persone più strette, ma spesso le migliori informazioni si ottengono attraverso i conoscenti, ovvero i legami "deboli". Questo avviene perché spesso i conoscenti, rispetto ai familiari e agli amici stretti, si muovono in circoli e ambienti diversi dai propri e, quindi, possono veicolare nuove e migliori informazioni sulle opportunità di lavoro⁶. Il contesto, le condizioni generali del mercato al momento della ricerca e il tipo di occupazione possono modificare l'efficacia dell'intermediazione dei due tipi di legami: mentre i legami deboli possono aiutare maggiormente chi ha più risorse da portare sul lavoro (ad esempio, i profili più qualificati), i legami forti entrano in gioco come canale privilegiato o come canale di ultima istanza in assenza di qualifiche (ne sono un esempio le catene migratorie).⁷ Come riporta il Rapporto annuale dell'Istat 2018, tra le diverse azioni che i disoccupati dichiarano di avere svolto nelle quattro settimane precedenti all'intervista, quella di coinvolgere parenti, amici o conoscenti è quella prevalente. Questa forma di attivazione rappresenta il primo passo in un

percorso, in cui si mettono in campo altre azioni di ricerca, all'interno di strategie più o meno complesse. La qualità del processo, in ogni caso, è influenzata dal quadro istituzionale (fattore comune), dalla famiglia e dal territorio d'appartenenza (fattori specifici). Analizzando la figura 3, la prima azione di ricerca è di tipo "formale istituzionale", in cui l'intermediazione è più strutturata e la selezione avviene secondo criteri oggettivi o dettati da esplicita norma (centri per l'impiego, agenzie private, concorsi pubblici)⁸.

MIGLIORI OFFERTE ARRIVANO DA PERSONE CON CUI SI HANNO LEGAMI DEBOLI

Si è poi individuato un canale che si può definire "formale non istituzionale",⁹ in cui, pur conservando le caratteristiche di visibilità, i criteri di selezione sono lasciati al datore di lavoro e all'inserzionista (consultare annunci o pubblicare inserzioni su giornali o internet). Infine, c'è il canale "informale", in cui l'intermediazione si svolge all'interno

Figura 4: **Persone in cerca di un' occupazione per principali caratteristiche e azioni di ricerca - Anno 2017** (valori percentuali, risposte multiple)

	SESSO		CLASSI SDI ETA'			RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE			TITOLO DI STUDIO		CITTADINANZA			
	M	F	15-34	34-49	50+	Nord	Sud	Mezzogiorno	Fino licenza media	Diploma	Laurera e oltre	Italiana	Straniera	Totale
AZIONI DI RICERCA														
Formale istituzionale	38,3	37,9	40,0	36,9	35,4	49,6	42,4	29,7	32,1	41,6	48,5	38,8	35,6	38,1
Contatto centro per impiego	27,7	25,7	26,4	26,4	28,2	33,7	31,9	20,7	25,5	28,3	26,0	26,7	27,1	26,7
Contatto agenzia interna	15,5	15,6	16,5	15,5	13,1	29,2	14,1	7,9	11,8	18,5	19,2	15,3	16,7	15,5
Concorso pubblico (domanda/prova)	5,9	6,7	9,0	4,7	2,2	4,1	6,0	7,7	1,9	7,3	19,3	7,1	1,5	6,3
Formale non istituzionale	85,6	85,0	90,6	83,3	75,5	91,4	86,9	81,1	77,0	91,4	95,4	86,7	76,8	85,5
Consulta offerte su giornali/internet	66,1	69,1	75,4	64,0	54,0	77,9	67,6	61,4	54,9	75,4	84,6	69,4	56,0	67,5
Inserzioni su giornali/internet	30,9	30,8	34,3	29,1	25,0	38,1	31,7	26,2	24,4	35,2	40,1	31,6	26,0	30,8
Inviato cv/ sostenuto colloquio	75,5	72,6	80,7	71,2	62,6	80,0	75,9	69,9	65,2	80,7	85,1	75,6	65,0	74,1
Avvio attività autonoma	2,1	1,5	1,7	2,1	1,7	2,1	2,0	1,5	1,3	2,1	2,7	2,0	0,9	1,8
INFORMALE	89,0	85,5	85,1	89,4	90,3	86,6	85,2	88,9	91,5	86,9	74,3	86,9	91,0	87,5
Amici e conoscenti	88,9	85,6	84,9	89,3	90,1	86,4	85,2	88,7	91,5	86,7	73,8	86,8	91,0	87,4
Altre azioni	0,5	0,4	0,3	0,4	0,7	0,7	0,3	0,3	0,3	0,5	0,6	0,4	0,8	0,4

Fonte Istat, Rilevazione sulle forze di lavoro

⁵ Petrongolo, Barbara, and Christopher A. Pissarides. 2001. "Looking into the Black Box: A Survey of the Matching Function." *Journal of Economic Literature*, pag: 390-431

⁶ Granovetter M., La forza dei legami deboli e altri saggi, Liguori Edizioni, 1998.

delle reti personali, grazie all'aiuto offerto da parenti, amici e conoscenti, i legami deboli o forti di cui parlavamo in precedenza. Quest'ultimo canale di intermediazione non risponde strettamente o necessariamente a logiche di mercato basate su efficienza e meritocrazia, infatti va premesso che non tutti i tipi di ricerca hanno lo stesso rapporto costo-opportunità: chiedere a un amico oppure controllare un sito sono azioni facili

il curriculum e una maggiore presenza femminile tra chi si affida a un concorso pubblico e consulta offerte); quelle per età sono invece differenze più spiccate. I giovani ricorrono in misura relativamente maggiore all'intermediazione formale, sia istituzionale sia non istituzionale, grazie anche alla maggiore confidenza con internet. In particolare, all'interno della classe di età 15-34 anni, i giovanissimi con meno di 25

L'INTERMEDIAZIONE PIÙ DIFFUSA È QUELLA "INFORMALE", UTILIZZATA DALL' 87,5% DEI DISOCCUPATI

e rapide, mentre recarsi presso un servizio per il lavoro o produrre la documentazione necessaria per partecipare a un concorso pubblico richiedono impegno o costi aggiuntivi. Nel complesso, l'intermediazione più diffusa è quella "informale", utilizzata dall'87,5% dei disoccupati.¹⁰

Rilevante è pure il canale "formale non istituzionale", adottato dall'85,3% soprattutto nelle azioni di invio di curriculum e della consultazione di annunci sulla stampa o su internet (67,5%) sempre rispetto al complesso dei disoccupati. Meno di 4 disoccupati su 10, infine, dichiarano di aver svolto almeno un'azione di ricerca di tipo "formale istituzionale" che, in circa due terzi dei casi, consiste nell'essersi rivolti a un centro per l'impiego, soprattutto per verificare la presenza di occasioni di lavoro, rinnovare la propria disponibilità o confermare lo stato di disoccupazione. Emergono sistematiche differenze tra i disoccupati in base alle caratteristiche socio-demografiche. Le differenze di genere sono relativamente modeste (con una lieve prevalenza maschile tra chi si reca al centro per l'impiego e invia

anni, che appartengono per lo più alla Generazione Z (di cui parleremo nei prossimi capitoli) ricorrono in misura maggiore al centro per l'impiego e all'agenzia interinale e dichiarano con maggiore frequenza di aver inviato il curriculum o sostenuto un colloquio. Le persone tra i 25 e i 34 anni, in gran parte appartenenti alla generazione Millennials, più frequentemente sostengono i concorsi pubblici e utilizzano più degli altri la stampa e internet per rispondere ad annunci o pubblicare inserzioni. Nelle generazioni più anziane (la generazione di transizione e quella del baby boom) il ricorso ai canali formali si abbassa notevolmente, al 75,5 % per il non istituzionale e al 35,4 % per l'istituzionale, mentre l'utilizzo della rete informale sfiora il 90%. Va sottolineato, però, che tra chi ha più di 50 anni (data la bassa incidenza di disoccupati in questa classe di età) pesa maggiormente la generazione dell'identità (50-59 anni) per la quale il ricorso al centro per l'impiego continua ad avere un'importanza rilevante. Un'ulteriore differenza si registra per livello d'istruzione: spicca una maggiore intraprendenza

tra i laureati. Essa si realizza non solo nella più frequente consultazione di annunci e autocandidature ma anche nell'utilizzo attivo degli strumenti, come la stampa o internet, per mettere inserzioni o rispondere ad annunci (40,1%). Questo dato prende vita poiché, i laureati e in generale quanti hanno investito in un percorso articolato di istruzione, sono soggetti desiderosi di mettersi in gioco per valorizzare il proprio investimento scolastico, dunque inclini a prediligere i canali formali.

Le differenze territoriali sono rilevanti: nonostante il ricorso all'intermediazione informale sia diffuso in tutte le ripartizioni, nel Nord si registra anche un consistente utilizzo dei canali formali (quasi 50%), in particolare centri per l'impiego (Cpi) e agenzie interinali. Nel Mezzogiorno invece l'uso dei servizi per il lavoro è nettamente

inferiore, mentre il ricorso ai concorsi è circa il doppio rispetto al Nord. Ciò avviene anche perché l'attività degli intermediari privati è proporzionale alla presenza di una domanda di lavoro sul territorio. L'attitudine a utilizzare i diversi canali è variata nel tempo. In particolare, tra il 2008 e il 2017 l'utilizzo dei canali formali istituzionali è sceso di 5,4 punti percentuali, mentre sono aumentati quelli formali non istituzionali (anche grazie alla sempre più massiccia diffusione dell'utilizzo di internet), e dell'informale (rispettivamente +3,4 e +7,0 punti). In questo periodo d'osservazione, il complessivo aumento del ricorso alle reti personali è indice della maggior tensione sul mercato del lavoro: la crisi ha indotto gli individui a intensificare le azioni di ricerca più rapide.

⁷Grieco M., Keeping it in the Family: Social Networks and Employment Chance, London: Tavistock Publications, 1987

⁸ Il sistema nazionale dei servizi per il lavoro è il prodotto di un percorso regolatorio ventennale (D.Lgs. 276 del 2003, legge 92 del 2012, D.Lgs. 150 del 2015) che ha spostato progressivamente l'attenzione dal collocamento diretto all'erogazione di servizi per l'occupabilità, vale a dire l'orientamento, l'informazione, il posizionamento sul mercato e la riqualificazione dell'individuo. Il sistema ora comprende la presa in carico dell'utenza, l'organizzazione dei Centri per l'impiego (Cpi) e l'allargamento ai soggetti privati accreditati. A completamento del sistema è stata istituita l'Agenzia nazionale per le politiche attive del lavoro (D.Lgs. n. 150 del 2015) che ha il compito di coordinare la rete dei servizi per le politiche del lavoro. L'Anpal è un nuovo soggetto per la promozione dell'occupazione, operativa dal primo gennaio 2017, che nel primo anno di attività si è occupata di: sperimentazione dell'assegno di ricollocazione (che è in fase di entrata a regime), rilancio e rifinanziamento del programma Garanzia giovani, predisposizione del piano di rafforzamento dei servizi e delle misure di politica attiva, lancio dell'incentivo per l'occupazione nel Mezzogiorno e definizione dei livelli essenziali delle prestazioni. Inoltre fissa gli obiettivi annuali e triennali per gli attori della rete dei servizi per il lavoro.

⁹ Reyneri E., Occupati e disoccupati in Italia, Mulino Edizioni, 1996

¹⁰ Sono esclusi dal computo i disoccupati che nelle quattro settimane che precedono l'intervista non hanno svolto azioni di ricerca, perché dichiarano di avere trovato già un lavoro che inizieranno entro tre mesi e che sarebbero disponibili a iniziarlo entro due settimane. Essi rappresentano circa il 5 per cento del totale dei disoccupati. Va inoltre specificato che poiché i quesiti sulle azioni di ricerca hanno principalmente la finalità di definire l'aggregato dei disoccupati, fanno riferimento a un ristretto intervallo temporale, le quattro settimane precedenti all'intervista, mentre il processo di ricerca è un continuum temporale, in cui le iniziative e i riscontri si alternano. Infine il quesito sulle azioni di ricerca prevede la possibilità di scelta multipla: quindi tutti i canali possono essere indicati.

1.3 Le reti di amici: i tempi, i luoghi e le caratteristiche degli incontri

Dopo aver sottolineato quali canali sono maggiormente utilizzati per la ricerca del lavoro, nel paragrafo precedente è emerso che una quota significativa di disoccupati,

“Esiste un luogo dove è possibile trovare persone che offrano le più interessanti opportunità?”

precisamente 87,7% cerca lavoro tramite le così dette “fonti informali”. È interessante quindi analizzare quali sono i luoghi dove maggiormente avvengono queste interazioni fra persone che spesso possono portare alla creazione di opportunità in ambito lavorativo.

Ci chiediamo se esiste un luogo dove questi legami si possono creare. È possibile trovare persone con interessi simili che possono offrire le più interessanti opportunità? Una risposta può essere sicuramente il coworking: ovvero un luogo d'ufficio che si delinea come incubatore e incentivatore di network lavorativi. Tuttavia come si sviluppano gli ambienti di coworking e come si presenta questo fenomeno, sarà discussione del terzo capitolo.

Analizzando la figura 4 si possono riscontrare dei comportamenti sulle dinamiche

di socializzazione, catalogabili in relazione alla classe di età. Incontrare gli amici e passare del tempo insieme, come descrive il Rapporto annuale dell'Istat 2018, costituisce prevalentemente un momento di relax, per staccare dalle attività quotidiane di studio, lavoro, gestione della casa e cura dei figli. La disponibilità di questo tempo dipende, naturalmente, dalla possibilità di conciliare tutte le attività della vita quotidiana che, a sua volta, è fortemente condizionata da aspetti quali il genere, l'età e, soprattutto, la fase del ciclo di vita in cui ci si trova. Gli impegni quotidiani impongono diversi limiti alla possibilità di coltivare le relazioni, ma offrono anche molteplici occasioni per ampliare la propria cerchia di amici. Spesso il luogo di lavoro non è visto come un ottimo momento per socializzare e creare nuove amicizie, anzi i giovani dai 20 ai 34 anni (target molto interessante per questo sviluppo di tesi) preferiscono con una percentuale del 50,9% incontrare gli amici e stringere nuove amicizie nei locali pubblici, come bar, ristoranti, pub (ecc), mentre solo il 38% nei luoghi di lavoro.

Tuttavia anche se il lavoro e la scuola sottraggono tempo, rappresentano importanti momenti di socializzazione. I genitori,

IL 50,9% DEI GIOVANI 20-34 ANNI STRINGE AMICIZIE NEI LUOGHI PUBBLICI

grazie al tramite dei figli, costruiscono relazioni tra loro e anche i rapporti di vicinato possono evolversi in un legame affettivo. I contenuti delle relazioni sono numerosi e

la gran parte di coloro che frequentano gli amici almeno una volta al mese li incontra quando capita, senza avere un momento prestabilito (63,7%), fanno parte di questa fascia over 50 poiché non sentono più il bisogno di creare momenti prestabiliti per incontrare gli amici. Infine, sono soprattutto i più giovani, tra i 14 e i 24 anni, che vedono gli amici anche a scuola o durante la pratica sportiva, a incontrarli sia nei giorni feriali sia nel fine settimana (16,0%).

Analizzando ora il “dove” si incontrano gli amici, una quota maggiore è riservata a casa propria o a casa loro (69,8%), tuttavia in una fascia di età piccola 6-17 anni che prevede spesso il controllo di un genitore. Dato rilevante, come già citato in precedenza, è che il 50,9% nella fascia di età 20-34 preferisce incontrare gli amici nei locali pubblici come bar, ristoranti, pub e birrerie.

Leggermente inferiore è la quota di persone tra i 14-19 anni che si incontra o in luoghi all'aperto come piazze, strade, parchi e giardini (39,4%) o nei centri commerciali, palestre, discoteche e centri sociali o centri anziani. La scelta dei luoghi di incontro è molto differenziata in base al genere. Tra le donne è più diffusa la tendenza a incontrare gli amici a casa propria o di altri (77,1%) e nei centri commerciali (14,4 %); gli uomini scelgono più spesso di incontrarsi nei locali (57,6 %), in luoghi all'aperto (41,8 %) e nei centri sportivi (10,9 %).

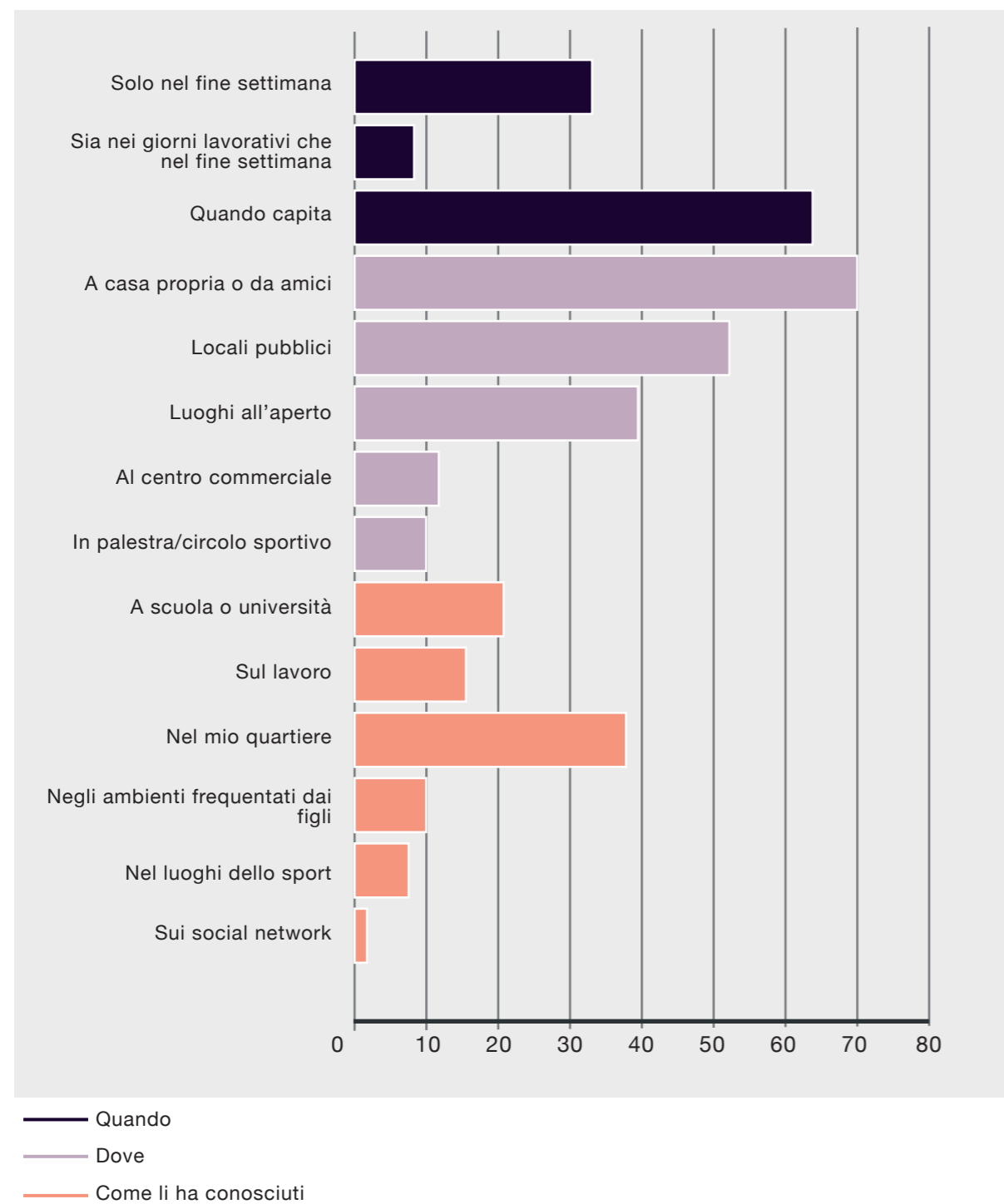
IL 38% DEI GIOVANI 20-34 ANNI STRINGE AMICIZIE NEI LUOGHI DI LAVORO

vanno dall'aspetto ludico e ricreativo, alla condivisione di passioni e hobby, al confronto di idee, opinioni o problemi personali. Per quanto riguarda le tempistiche degli incontri, ovvero in che momento della settimana avvengono, nel rapporto si sottolinea che in Italia dal 2015 quasi un terzo degli incontri avviene esclusivamente nel fine settimana (32,8%) nella fascia di età 35-44;

37,6% HA CONOSCIUTO I PROPRI AMICI NEL QUARTIERE DI RESIDENZA

15% LI HA CONOSCIUTI NEL LUOGO DI LAVORO

Figura 5: **Persone di 6 anni e più che vedono gli amici almeno qualche volta al mese per caratteristiche degli incontri e come si sono conosciuti - Anno 2015** (valori percentuali, valore massimo per sesso e classe di età)



Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

Con l'arrivo della maggiore età comincia a crescere l'abitudine a incontrare gli amici in bar, pub, pizzerie o altri tipi di locali pubblici, abitudine che arriva a interessare oltre il 70% delle persone tra i 20 e i 34 anni. La preferenza per questi luoghi, seppure in misura più ridotta al crescere dell'età, si mantiene alta anche tra gli adulti: fino a 60 anni, oltre il 50% incontra gli amici al bar o in altri luoghi dedicati alla ristorazione. Oltre il 20% dei giovani tra i 18 e i 24 anni incontra gli amici al centro commerciale (percentuale che raggiunge il 26,5% tra le ragazze tra i 14 e i 19 anni) e in discoteca (dove i diciottenni raggiungono il 27,2%), mentre circoli sportivi e palestre sono luogo di incontro privilegiato per bambini e ragazzi.

Altro dato tratto dal Rapporto annuale dell'Istat 2018, è che una persona su tre ha conosciuto gli amici, che frequenta con una certa regolarità, nel quartiere di residenza (37,6%), mentre solo il 15% li ha conosciuti nel luogo di lavoro, nella fascia di età 25-60. Sono soprattutto le persone più grandi a intessere relazioni di amicizia nella zona in cui vivono; per i più giovani, fino a 24 anni, intessano rapporti anche scuola e università, insieme ai luoghi in cui si pratica sport (indicati nel 14,0% dei casi dai ragazzi tra gli 11 e i 19 anni) e ai social network (indicati nel 6,5% dalle ragazze nella classe 14-19 anni) sono canali utili a fare nuove conoscenze.

Il rapporto sottolinea inoltre di cosa maggiormente parlano le persone in base all'età e al luogo in cui si trovano¹¹ Si evidenzia che chiacchierare del più e del meno è per tutti, esclusi i bambini, è l'attività più svolta insieme agli amici, con quote che superano l'80% a partire dai 14 anni. Per i più giovani – secondo le attese – il tempo passato con gli amici è soprattutto tempo dedicato al

gioco (oltre l'80% dei bambini tra i 6 e i 10 anni dedica a questa attività gli incontri con gli amici) e alla pratica sportiva (43,9% o dei ragazzi tra gli 11 e i 13 anni incontrano gli amici per fare sport). Per le donne gli incontri

GLI ADULTI QUANDO PASSANO DEL TEMPO INSIEME CONDIVIDONO INTERESSI

hanno più spesso carattere confidenziale (il 46,6% parla con gli amici dei propri problemi) mentre per gli uomini è più frequente l'aspetto conviviale: oltre il 50% incontra gli amici per mangiare e bere insieme. Le altre attività, che hanno frequenze mediamente più basse, caratterizzano il tempo libero di specifici segmenti della popolazione. Andare al cinema, al teatro, ai concerti, alle mostre e ai musei, oppure organizzare gite e viaggi insieme agli amici, sono attività che si trovano spesso associate tra loro.¹²

Una seconda modalità di trascorrere il tempo libero con gli amici può essere definita di tipo dinamico-ricreativo e comprende attività ludiche (giochi di carte, da tavolo, videogiochi, eccetera) o sportive, sia

¹¹Rapporto annuale 2018, La situazione del Paese. Pag 209-210. Presentato mercoledì 16 maggio 2018 a Roma presso la Sala della Regina di Palazzo Montecitorio

come pratica attiva sia come spettatore di eventi e manifestazioni sportive. La probabilità di passare il tempo libero con gli amici in questo modo è più elevata tra gli uomini, tra i giovani e giovani adulti fino a 44 anni, tra chi ha un titolo di studio basso. Infine, la probabilità di fare insieme ad amici attività maggiormente disimpegnate (come fare shopping, andare a ballare, passeggiare, mangiare e bere, ascoltare musica) è più elevata tra le donne, tra i giovani, tra chi possiede titoli di studio alti e, rispetto ai territori del disagio, in tutti gli altri con-

testi territoriali. I dati confermano, documentano e misurano, dunque, quanto era lecito attendersi. L'età e la fase del ciclo di vita determinano modi diversi di trascorrere il proprio tempo con gli amici, più orientato agli aspetti ludici e ricreativi per i più giovani, più incentrato sulla condivisione di interessi per gli adulti¹³. Anche il territorio, offrendo occasioni e spazi diversificati per la socialità, contribuisce a definire modalità diverse di vivere le relazioni di amicizia e possibili scenari di nuove amicizie, quindi nuovi network lavorativi.

¹²È stata applicata un'analisi delle corrispondenze multiple utilizzando come variabili attive le 20 modalità di trascorrere il tempo libero con gli amici. I primi tre fattori estratti (che riproducono il 33,5 per cento della variabilità della matrice di partenza) hanno identificato tre principali modalità di trascorrere il tempo con gli amici: il fattore culturale, il fattore dinamico-ricreativo e il fattore disimpegnato. Questi fattori sono stati successivamente utilizzati come variabili risposta in modelli di regressione logistica. Le variabili indipendenti utilizzate nei modelli sono il sesso, l'età, il titolo di studio e il raggruppamento socio-demografico di sistemi locali.

¹³ Rapporto annuale 2018, La situazione del Paese. Pag 211-212
Presentato mercoledì 16 maggio 2018 a Roma presso la Sala della Regina di Palazzo Montecitorio



Capitolo

2



**LO SMARTWORKING
O LAVORO AGILE**

2.1 Come nasce e si sviluppa

Come descritto dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali "Il lavoro agile (o smart working) è una modalità di esecuzione del rapporto di lavoro subordinato caratterizzato dall'assenza di vincoli orari o spaziali e un'organizzazione per fasi, cicli e obiettivi, stabilita mediante accordo tra dipendente e datore di lavoro; una modalità che aiuta il lavoratore a conciliare i tempi di vita e lavoro e, al contempo, favorire la crescita della sua produttività." La definizione di smart working, contenuta nella Legge n. 81/2017, pone l'accento sulla flessibilità organizzativa, sulla volontà delle parti che sottoscrivono l'accordo individuale e sull'utilizzo di strumentazioni che consentano di lavorare da remoto (come ad esempio: pc portatili, tablet e smartphone).

Ai lavoratori agili viene garantita la parità di trattamento - economico e normativo - rispetto ai loro colleghi che eseguono la prestazione con modalità ordinarie. È, quindi, prevista la loro tutela in caso di infortuni

AUTONOMIA

FLESSIBILITA'

e malattie professionali, secondo le modalità illustrate dall'INAIL nella circolare n. 48/2017.

Lo smartworking quindi altro non è che un cambiamento nell'organizzazione del lavoro che può avvenire sia per iniziativa privata ma più facilmente da parte dell'azienda, più precisamente l'Osservatorio del Politecnico di Milano lo definisce come "una nuova filosofia manageriale fondata sulla restituzione alle persone di flessibilità



e autonomia nella scelta degli spazi, degli orari e degli strumenti da utilizzare a fronte di una maggiore responsabilizzazione sui risultati."

"Smart Working is a commitment to modernize working practices, by moving away from the 'command and control' assumptions of traditional factory-style working about where, when and how work should be done. It's about doing more with less, working wherever, whenever and however is most appropriate to get the work done."¹⁴ Da questa definizione emerge come l'approccio strategico che sta alla filosofia dello

Smart working sia direttamente correlato con il cambiamento dell'ambiente di lavoro, permettendo una grandissima libertà di spazi e tempi e puntando alle massime performance.

Come sottolinea Emanuele Madini, Associate Partner di P4I-Partners4Innovation- ed esperto di Smart Working ed HR Transformation, "lo Smart Working è un modello organizzativo che interviene nel rapporto tra individuo e azienda. Propone autonomia nelle modalità di lavoro a fronte del raggiungimento dei risultati e presuppone il ripensamento "intelligente" delle modalità con cui si svolgono le attività lavorative anche all'interno degli spazi aziendali, rimuovendo vincoli e modelli inadeguati legati a concetti di postazione fissa, open space e ufficio singolo che mal si sposano con i principi di personalizzazione, flessibilità e virtualità."

"lo Smartworking è un modello organizzativo che interviene nel rapporto tra individuo e azienda"

Cit di Emanuele Madini esperto di Smart Working ed HR Transformation.

¹⁴ Flexibility.co.uk, Resource for new ways of working, The SmartWorking handbook: How to reduce costs and improve business performance through new ways of working, A practical guide, 2014

2.2 Come funziona : i principi organizzativi

Fiorella Crespi, Direttore dell'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano¹⁵, ha aperto il recente convegno sull'analisi del lavoro agile in Italia, l'evento descrivendo lo "stato dell'arte": «Fare davvero Smart Working vuol dire attivare iniziative con particolare attenzione a quattro leve di progettazione: policy organizzative, layout fisico, tecnologie digitali, e stili di leadership». ¹⁶

Non bisogna confondere lo Smart Working con una semplice iniziativa di work-life balance o welfare aziendale poiché per i nuovi dipendenti agili, si innesca un profondo cambiamento culturale che richiede inevitabilmente un cambiamento complesso e simultaneo su più leve "Inteso come nuovo modo di lavorare che consente un miglior bilanciamento tra qualità della vita e produttività individuale, è quindi anche il risultato di un sapiente uso dell'innovazione digitale a supporto di approcci strategici che puntano sull'integrazione e sulla collaborazione tra le persone, in particolare, e tra le organizzazioni, in generale. In tutto questo la tecnologia gioca un ruolo chiave, perché quando si parla di Digital Transformation nei luoghi di lavoro si pensa anche all'applicazione di tecnologie avanzate per connettere persone, spazi, oggetti ai processi di business, con l'obiettivo di aumentare la produttività, innovare, coinvolgere persone e gruppi di lavoro." Bisogna tener presente che adottare un sistema di Smart Working non vuol dire soltanto lavorare fuori casa e utilizzare strumenti tecnologici all'avanguardia: vuol dire rivedere il modello di leadership e organizzazione, rafforzare la collaborazione e la condivisione degli spazi. Nell'ottica smart, il luogo di lavoro di-

venta 'open', il nuovo spazio lavorativo deve favorire la creatività delle persone, creare network che oltrepassano i confini aziendali e infine stimolare nuove idee e quindi nuovo business. «Per poter dare concretezza ai principi organizzativi dello Smart Working, oc-

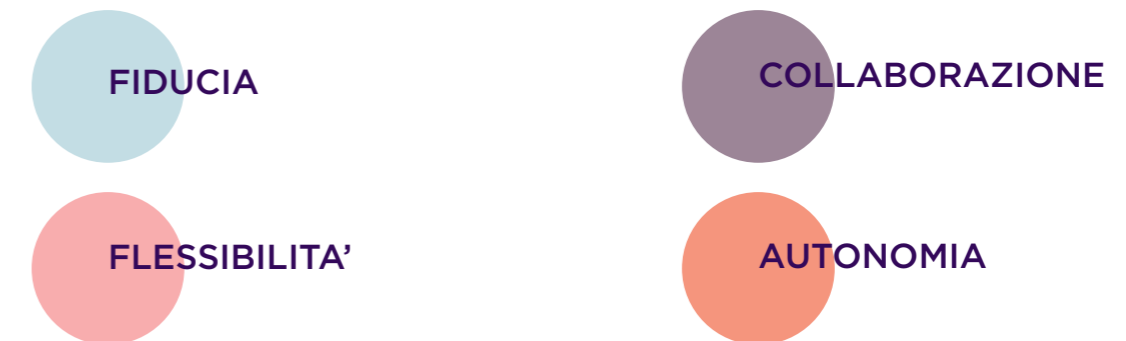
“E’ un nuovo modo di lavorare che consente un miglior bilanciamento tra qualità della vita e produttività individuale.”

Cit Fiorella Crespi, Direttore dell'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano

corre creare iniziative congiunte e coerenti afferenti a quattro leve di progettazione che hanno interlocutori aziendali diversi. Le iniziative più mature di Smart Working richiedono di agire su tutte e quattro le leve, tuttavia la priorità con cui vengono attivate dipende dalle esigenze e dalle motivazioni che portano le organizzazioni a intraprendere il percorso verso lo Smart Working», sottolinea Madini.

In tale paragrafo verranno delineati i principi che sono alla base dello SW.

NUOVO MODELLO DI LEADERSHIP



¹⁵L'Osservatorio Smart Working di Milano nasce ufficialmente nel 2012, inserendosi in un più ampio contesto di Ricerca che da più di 10 anni si occupa di studiare l'evoluzione del modo di lavorare delle persone.

¹⁶ Articolo tratto dal sito: internet4thing.it. Scritto da Vera Balduzzi, 3 marzo 2016

FIDUCIA

Stephen Richards Covey ¹⁷ nella sua famosa opera ritiene che la fiducia abbia il potenziale di creare successo e prosperità in ogni aspetto della vita e con un curva in costante incremento, tuttavia questo concetto di fiducia è completamente sottovalutato nella società moderna. Inoltre, egli sottolinea che la fiducia non è un elemento statico ma anzi in continuo cambiamento e quindi rappresenta un grande campo di lavoro. Covey individua cinque diverse

E' IL POTENZIALE PER CREARE SUCCESSO E PROSPERITA'

tipologie di fiducia. La chiave di tutto è capire e imparare a navigare in quelle che sono chiamate le "5 onde della fiducia" le

quali derivano dalla metafora dell'effetto di propagazione delle onde.

1) LA FIDUCIA IN SE STESSI riguarda la propria sicurezza e anche la propria capacità d'ispirare fiducia negli altri. L'idea è quella di diventare persone degne di fiducia. Il principio chiave, alla base di quest'onda, è la credibilità.

2) LA FIDUCIA NELLE RELAZIONI riguarda i "conti di fiducia" che si hanno con gli altri. Questi comportamenti si fondano sui principi che governano la fiducia nelle relazioni. Il risultato auspicato è quello di aumentare considerevolmente la capacità di generare fiducia al fine di poter migliorare le relazioni e ottenere risultati superiori.

3) LA FIDUCIA AZIENDALE si occupa di come i leader possano creare fiducia in ogni tipo di organizzazione. Il principio chiave, alla base di quest'onda, aiuta i leader a creare strutture, sistemi e simboli di fiducia organizzativa.

4) LA FIDUCIA DEL MERCATO è il livello con cui percepiamo la fiducia da un ente esterno. Il principio fondamentale di quest'onda, è la reputazione, infatti si parla di brand reputation o personal brand, che

riflette la fiducia che i clienti, investitori e altri nel mercato, ripongono in voi.

5) LA FIDUCIA DELLA SOCIETÀ riguarda la creazione di valore per gli altri e per la società in generale. Il principio alla base di quest'onda, è il contributo. Contribuendo o

"restituendo", si neutralizza il sospetto ed il cinismo. Ispirando anche gli altri, a creare valore e a dare un contributo.

FLESSIBILITA'

La flessibilità è la capacità dell'impresa di rispondere ai diversi stimoli dell'ambiente competitivo e dinamico in cui questa opera; permette all'organizzazione di sviluppare la capacità di adattare le pratiche organizzative, in risposta a quelli che sono i cambiamenti, non transitori, del contesto.¹⁸ Sono identificabili diversi modelli di fles-

sibilità. Parlando di flessibilità si può fare riferimento alla gestione delle modalità di lavoro, intesa come flessibilità di luogo e di orario, per indicare la possibilità del lavoratore, di scegliere in autonomia e in base alle esigenze personali, dove e quando lavorare.¹⁹

Invece, per flessibilità di spazio di lavoro, si intende la personalizzazione nella configurazione degli spazi, a seconda delle attività da svolgere. La flessibilità impatta sulla gerarchia aziendale, riducendo il controllo diretto del superiore sui sottoposti e promuovendo una collaborazione diffusa tra i dipendenti. L'impatto si riflette sulla struttura aziendale e comporta la perdita della sua impostazione gerarchica in senso stretto al fine di una maggiore collaborazione.

RISPONDE AI DIVERSI STIMOLI DELL'AMBIENTE

¹⁷ Stephen M. R., Covey The Speed of Trust, 2006

¹⁸ Sanchez R., Strategic flexibility in product competition, 1995

COLLABORAZIONE

Nello SW la collaborazione e la comunicazione, agiscono sia a livello verticale, cioè tra top management e dipendenti, sia a livello orizzontale, ovvero tra i singoli dipendenti.

Oggi ancora molte aziende richiedono ai dipendenti di lavorare prevalentemente dall'ufficio, questo metodo viene utilizzato dalle aziende come un fatto trainante per la collaborazione e per ricostruire una connessione con l'organizzazione. Il lavoro da casa non deve risentire di mancanza di comunicazione e collaborazione: affinché questo avvenga, sono essenziali nuove competenze, nuovi strumenti e nuove tecniche, per assicurare la stessa efficacia lavorando in luoghi diversi.²⁰

SERVONO NUOVE COMPETENZE E NUOVI STRUMENTI

AUTONOMIA

Nella nuova concezione di lavoro, la centralizzazione ed il controllo, perdono progressivamente di efficacia, per lasciare autonomia nella scelta del tempo e del luogo per lavorare. Così facendo, si aumentano il grado di coinvolgimento dei dipendenti aziendali e la loro soddisfazione, aumentando gli standard di team building.²¹ Per autonomia si intende il livello di libertà, indipendenza e discrezionalità, con cui un lavoratore può organizzare il proprio lavoro e definire le procedure da utilizzare per il suo svolgimento.²² La flessibilità si traduce, così, nella presenza di confini labili tra sfera lavorativa e personale in termini di spazi, tempi e strumenti, compromettendo il work-life balance del dipendente. Il principio di autonomia dello SW ha un doppia faccia: da una parte è necessario

fissare gli obiettivi che ogni lavoratore dovrà svolgere e di cui sarà pienamente responsabile, d'altro lato l'azienda deve dare piena autonomia sulla gestione dei spazi e dei tempi di lavoro. L'autonomia implica una trasformazione dei meccanismi di valutazione: si passa da una logica basata sul tempo lavorato, ad una basata sul raggiungimento degli obiettivi: i goal aziendali.

¹⁹ Patrick M. Wright and Scott A. Snell, Toward a Unifying Framework for Exploring Fit and Flexibility in Strategic Human Resource Management. The Academy of Management Review, 1998

²⁰ Larry E. Penley and Brian Hawkins, Studying Interpersonal Communication in Organizations: A Leadership Application. Journal article. The Academy of Management Journal, 1995

²² Amy Richman, Arlene Johnson and Karen Noble, Business Impacts of Flexibility: An Imperative for Expansion, 2001

2.3 I lavoratori agili e le imprese smart

Come descritto dal recente articolo dell'Osservatorio del Politecnico di Milano, da poco più di un anno dall'approvazione della legge sul Lavoro Agile, in Italia continua a crescere l'adozione delle politiche di Smart Working all'interno dell'aziende. Si sta vivendo in un vero e proprio incremento tra le grandi imprese e inizia a farsi largo anche nelle Pubbliche Amministrazioni. Nel 2018 gli Smart Worker – quei lavoratori dipendenti che godono di flessibilità e autonomia nella scelta dell'orario e del luogo di lavoro, disponendo di strumenti digitali

adatti a lavorare in mobilità – sono ormai 480mila, in crescita del 20%, e si ritengono più soddisfatti dei lavoratori tradizionali sia per l'organizzazione del lavoro (39% contro il 18%) che nelle relazioni con colleghi e superiori (40% contro il 23%). Oltre una grande impresa su due (il 56% del campione) ha avviato progetti strutturati di Smart Working, adottando modelli di lavoro che introducono flessibilità di luogo, orario promuovendo la responsabilizzazione sui risultati (erano il 36% un anno fa). A queste, bisogna aggiungere un ulteriore

2% che ha realizzato una qualche iniziativa informale e l'8% che prevede di introdurre progetti nel prossimo anno, per cui complessivamente circa due grandi aziende su tre stanno già sperimentando una qualche forma di Smart Working. Tra le PMI invece lo Smart Working risulta sostanzialmente stabile rispetto al 2017: l'8% ha progetti strutturati e il 16% informali. A differenza delle altre tipologie di organizzazioni però, è ancora elevato il numero di realtà che si dichiarano completamente disinteressate all'introduzione di questo nuovo modo di lavorare (38%).

"I benefici economico-sociali potenziali dell'adozione di modelli di lavoro agile sono enormi – dice Mariano Corso, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Smart Working - . Si può stimare un incremento di produttività del 15% per lavoratore, una riduzione del tasso di assenteismo pari al 20%, risparmi del 30% sui costi di gestione degli spazi fisici per quelle iniziative che portano a un ripensamento degli spazi di lavoro e un miglioramento dell'equilibrio fra lavoro e vita privata per circa l'80% dei lavoratori. Per questo la rivoluzione non va fermata, ma anzi bisogna accelerare e promuovere la diffusione delle iniziative nelle diverse organizzazioni presenti sul territorio". Entro il 2020 lo smart working sarà realtà per il 51% delle aziende italiane. E' quanto emerge da un'indagine condotta da InfoJobs – piattaforma numero uno per la ricerca di lavoro online in Italia, con 4 milioni di profili registrati e oltre 4.000 aziende attive nel 2017 – intervistando le imprese italiane per sapere cosa pensano di questa modalità di lavoro in mobilità

“I benefici economico-sociali potenziali dell'adozione di modelli di lavoro agile sono enormi”

Cit Mariano Corso, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Smart Working

fuori dalla sede aziendale, un'agevolazione di cui già godono molti dipendenti all'estero e che sta iniziando a diffondersi in Italia, anche grazie alla legge 81/2017. "Le implicazioni di questo cambiamento sono di notevole portata e riguardano non solo aziende e persone, ma anche le città e gli spazi urbani. SW significa, infatti, poter lavorare non solo da casa, ma anche in altri ambienti come: aeroporti, spazi di coworking, bar e sale di attesa nelle stazioni. Questa caratteristica genera delle implicazioni sulla mobilità urbana, oltre che sull'inquinamento. Iniziare a lavorare in modo più flessibile rappresenta, non solo un'opportunità, ma una necessità che deve essere sempre più interiorizzata dalle organizzazioni e supportata, nel suo raggiungimento, da interlocutori istituzionali e locali"⁴.

GLI SMART WORKER IN ITALIA

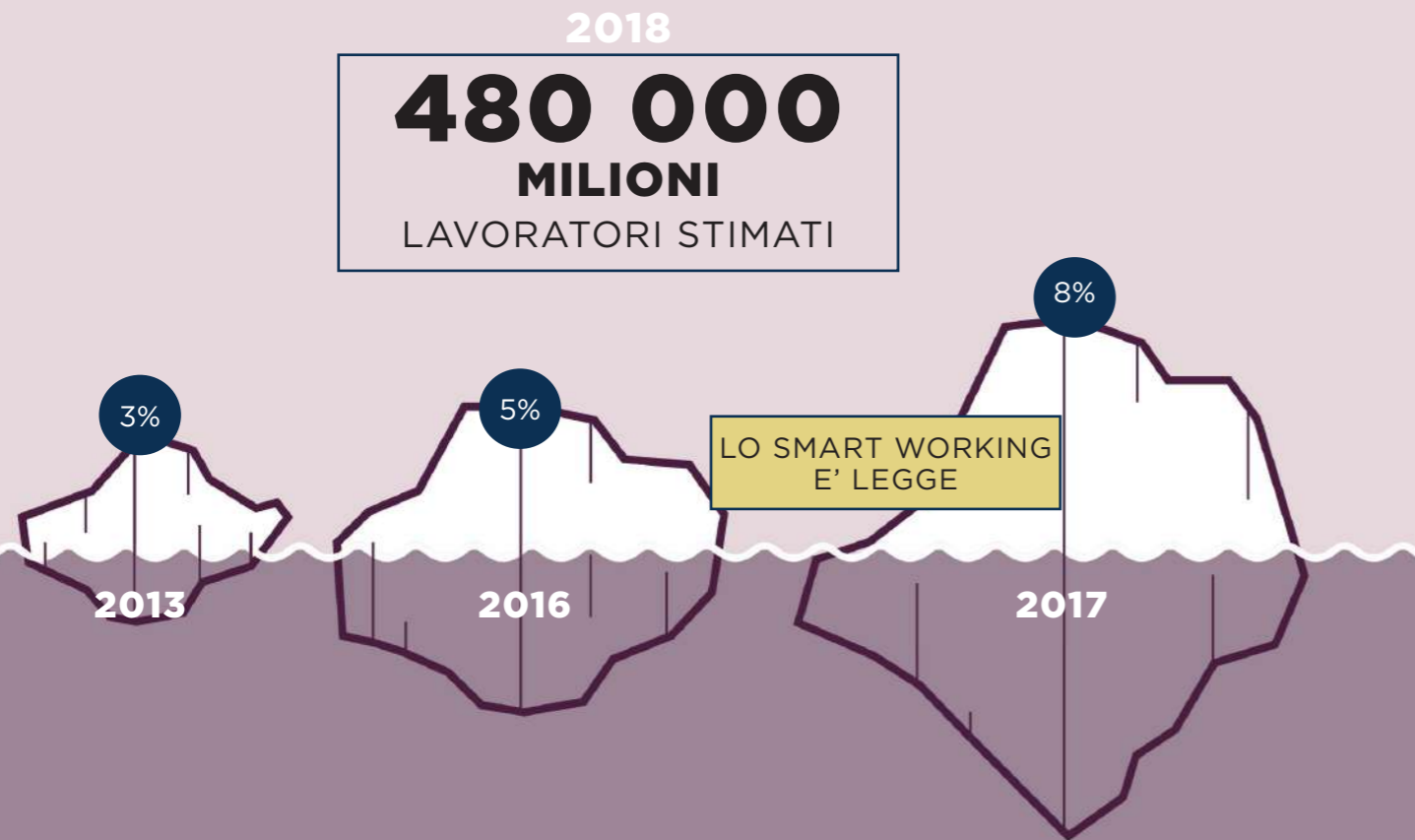


Figura 6: Dati rilevati dall'ultima analisi dell'Osservatorio di Smart Working, Milano. Data 23 maggio 2018

LO SMARTWORKING NELLE IMPRESE ITALIANE

Nel 2018 il numero dei lavoratori agili in Italia ha toccato quota 480mila, pari al 12,6% del totale degli occupati che, in base alla tipologia di attività del loro lavoro, potrebbero fare Smart Working. Si tratta prevalentemente di lavoratori di genere maschile (76%), appartenenti alla Generazione X (il 50% ha fra i 38 e i 58 anni di età) e residenti del Nord-Ovest del Paese (48%). Gli Smart Worker sono più contenti delle modalità con cui possono organizzare il proprio lavoro: il 39% degli Smart Worker è completamente soddisfatto, contro il 18% degli altri lavoratori. Gli Smart Worker sono più soddisfatti anche del rapporto con i colleghi e il proprio responsabile, il 40% è completamente soddisfatto contro il 23% degli altri lavoratori.

Le principali motivazioni che inducono i lavoratori ad aderire allo Smart Working sono legate alla sfera personale e al miglioramento del benessere. Su tutte, per il 46% dei lavoratori c'è la possibilità di evitare lo stress durante gli spostamenti casa-ufficio, poi per il 43% il miglioramento del proprio equilibrio tra vita privata e professionale. Seguono alcune conseguenze positive sulla propria attività lavorativa, come l'aumento della qualità dei risultati prodotti (41%), della propria efficienza (38%) e della motivazione professionale (36%). Infine, la volontà di limitare l'impatto ambientale, ad esempio non inquinando durante il tragitto fra la casa e l'ufficio (33%).

In questo percorso l'Italia sconta un certo ritardo. Secondo i dati dell'Osservatorio, ancora solo un'azienda su 10 fa Smart Working, e un'altra su 10 ha in programma di iniziare, a fronte della diffusione del wireless per abilitare la mobilità interna (92%), l'Unified Communication & Collabo-

ration (80%) e le Mobile Biz-App (63%). Nella Pubblica Amministrazione, solo l'8% degli enti ha attivi progetti strutturati e un altro 1% pratica lo Smart Working informalmente, ma a fronte di una limitata applicazione c'è un notevole fermento, con il 36% che ritiene l'approccio interessante, un ulteriore 8% che ha già pianificato iniziative per il prossimo anno e solo il 7% che si dichiara non interessato.

ENTRO IL 2020 LO SW SARA' UNA REALTA' PER IL 51% DELLE AZIENDE ITALIANE

Lavoratori sempre più "smart", questa è la parola d'ordine e lo smartworking è la nuova realtà, tuttavia quello che si vede ora è solo la punta dell'iceberg: sono ancora pochi i progetti di sistema che ripensano i modelli di organizzazione del lavoro e estendono a tutti i lavoratori flessibilità, autonomia e responsabilizzazione. Eppure, i benefici economico-sociali potenziali sono enormi. L'adozione di un modello "maturo" di Smart Working per le imprese

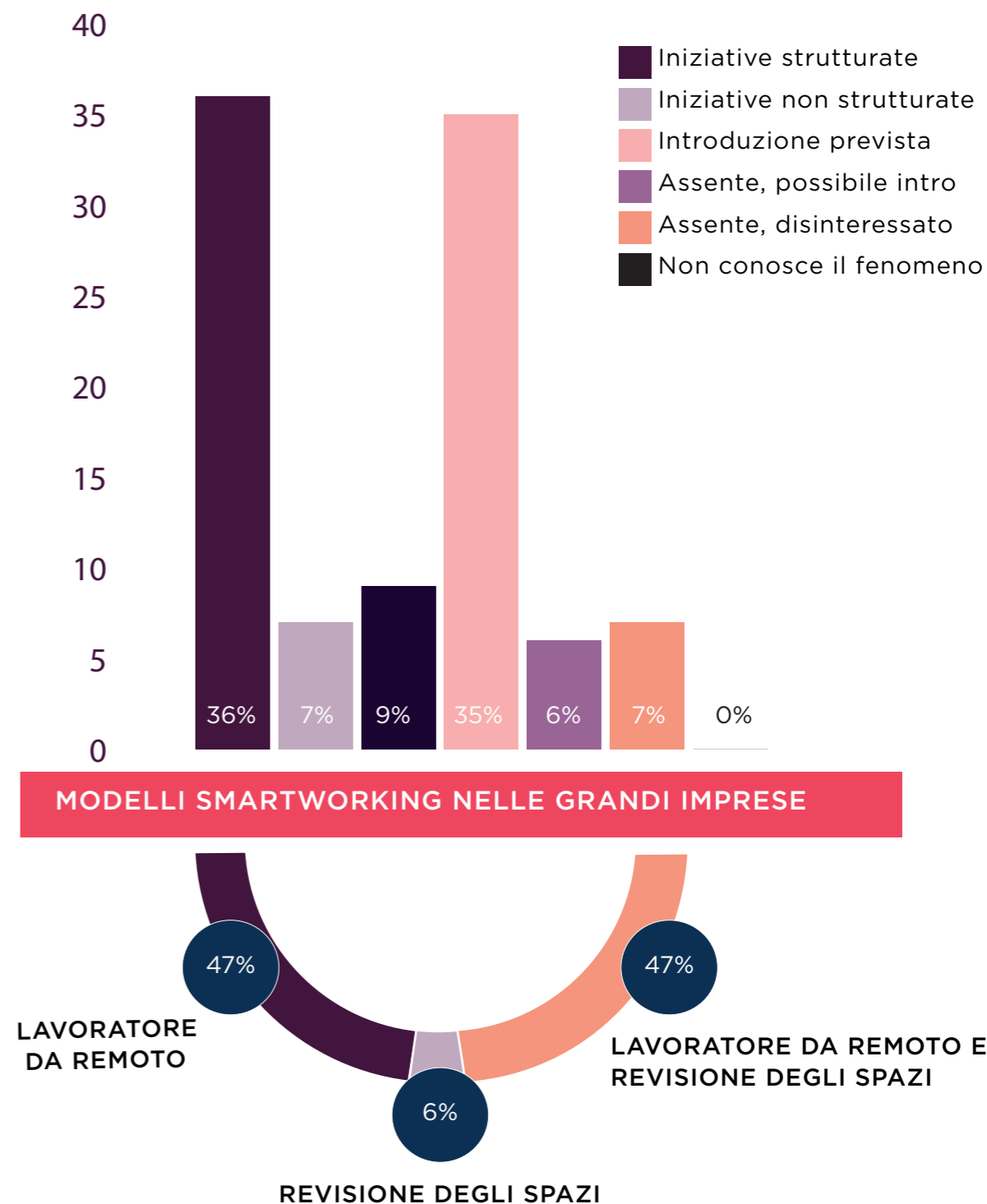


Figura 7: Dati rilevati dall'ultima analisi dell'Osservatorio di Smart Working, Milano. Data 23 maggio 2018

può produrre un incremento di produttività pari a circa il 15% per lavoratore, che a livello di sistema Paese significano 13,7 miliardi di euro di benefici complessivi. Da considerare anche questo dato importante: lavorare anche solo un giorno alla settimana in remoto può far risparmiare in media 40 ore all'anno di spostamenti e per l'ambiente determina una riduzione di emissioni pari a 135 kg di CO2 all'anno.

AUMENTO PRODUTTIVITÀ DEL 15%

RIDUZIONE DEL TASSO DI ASSENTEISMO 20%

RISPARMI COSTI DI GESTIONE 30%

2.4 La tecnologia che abilita lo smartworking

Una realtà fondamentale per lo sviluppo dello Smart Working sono sicuramente le tecnologie digitali che hanno permesso e continuano a supportare il lavoratore, permettendogli di scegliere il dove e quando lavorare, sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione. Le tecnologie che supportano il lavoro da remoto sono già ampiamente diffuse, infatti secondo quanto rilevato dall'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano le soluzioni a maggiore penetrazione sono quelle a supporto della sicurezza e dell'accessibilità dei dati da remoto e da diversi device (95%), seguite dalle iniziative di Mobility, che prevedono la presenza di device mobili e mobile business app (82%) e dai servizi di Social Collaboration (61%). E' un dato che oggi gli italiani comunicano e condividono attraverso una pluralità di dispositivi aziendali o di cui sono proprietari (dal 2011 si vendono più smartphone e tablet che pc): il Bring Your Own Device (BYOD) ovvero letteralmente "porta il tuo dispositivo" è stato adottato e ampiamente utilizzato all'interno delle politiche aziendali. Per i meno esperti il BYOD è un'espressione usata per riferirsi alle politiche aziendali che permettono di portare i propri dispositivi personali nel posto di lavoro, e usarli per avere gli accessi privilegiati alle informazioni aziendali e alle loro applicazioni. Oramai non c'è Smart Working senza Enterprise Mobility Management: secondo l'Osserva-

torio è oggi il 14% delle organizzazioni ad averlo adottato. Una naturale conseguenza è l'esigenza di delineare delle politiche aziendali rispetto a questi dispositivi fissi e mobili utilizzate da tutte le figure aziendali. "In termini di dotazione tecnologica standard- spiega Paola Capoferro²³- per consentire il lavorare da remoto generalmente si compone di PC portatile, VPN e servizi di social collaboration. Solo quando necessari vengono introdotti device mobili come smartphone e tablet." Dunque gestire la mobility è il primo passo delle aziende che vogliono fare Smart Working: secondo le cifre dell'Osservatorio rispetto ai dipendenti sempre presenti in ufficio è mediamente più produttivo (nell'ordine di un + 35-45%) chi lavora con orari flessibili. Questo perché il lavoro agile promuove la produttività individuale indipendentemente dal fatto di essere sempre presenti all'interno dell'azienda e fa assentare dal lavoro un tempo inferiore: circa il 63% in meno di chi svolge il suo lavoro in maniera tradizionale.

²³ Paola Capoferro, Redattore di Digital4Executive

2.5 Le aziende flessibili

Tutte le aziende che aderiscono allo Smartworking, oltre che modificare come già detto in precedenza i loro modelli organizzativi e di gestione dei dipendenti, modificano il layout degli ambienti di lavoro, un grande segnale fisico che qualcosa è cambiato.

Un esempio sia di ricerca che di attuazione dello SW arriva da una azienda di design; Knoll, fondata nel 1938 da Hans e Florence Knoll, i quali abbracciarono il genio creativo della Bauhaus School per creare nuovi modelli di mobili e ambienti per i luoghi di lavoro.

La rinomata azienda ha stilato nel 2013 una linea guida per la creazione di spazi collaborativi²⁴, sottolineando come esistano due tipologie di cambio di informazioni

(figura 8) una definita Equal Exchange, ovvero scambio equo che si dimostra vantaggiosa per ciascuna parte, l'altra Exchange of Diverse Viewpoints, cioè lo scambio di diversi punti di vista, che guida l'accettazione e comprensione, portando ad una prospettiva più ricca. Insieme, questi scambi aumentano la qualità di collaborazione, e portano a una migliore connessione tra le persone, la cooperazione verso i comuni obiettivi e aumentano il senso di appartenenza.

L'eccellenza operativa è un processo semplice e dinamico, legato alla velocità decisionale del gruppo.

Possiamo sintetizzare uno dei cambiamenti più evidenti che avvengono all'interno delle aziende flessibili con un grafico

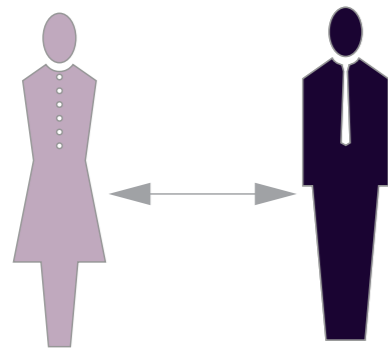
ricavato dalla ricerca Knoll (figura 10), dove si trasla da una struttura piramidale e ordinata a un'interazione multipla di "nodi" flessibili con centri di responsabilità differenti e concatenati. Il flusso da lineare\ gerarchico diviene nelle aziende flessibili una rete radiale.

In sintesi, il report evidenzia come il concetto di azienda flessibile debba spostare l'ago della bilancia da un "io" a un "noi". Come già sottolineato in precedenza, per favorire l'interazione sociale, alcune aziende ripropongono ambienti con le caratteristiche di successo degli spazi pubblici come caffetterie, bar, market, lounge

“Non bisogna aspettare che accada la magia, bisogna progettarela.”

Cit David Rockwell, designer di Knoll

Equal Exchange



Exchange of Diverse Viewpoints

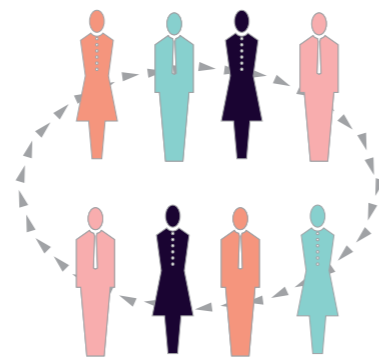


Figura 8: Due modelli di collaborazione ricavati dalla ricerca Knoll.

²⁴ Creating Collaborative Spaces that Work A Performance-based Approach to Successful Planning. Knoll 2013

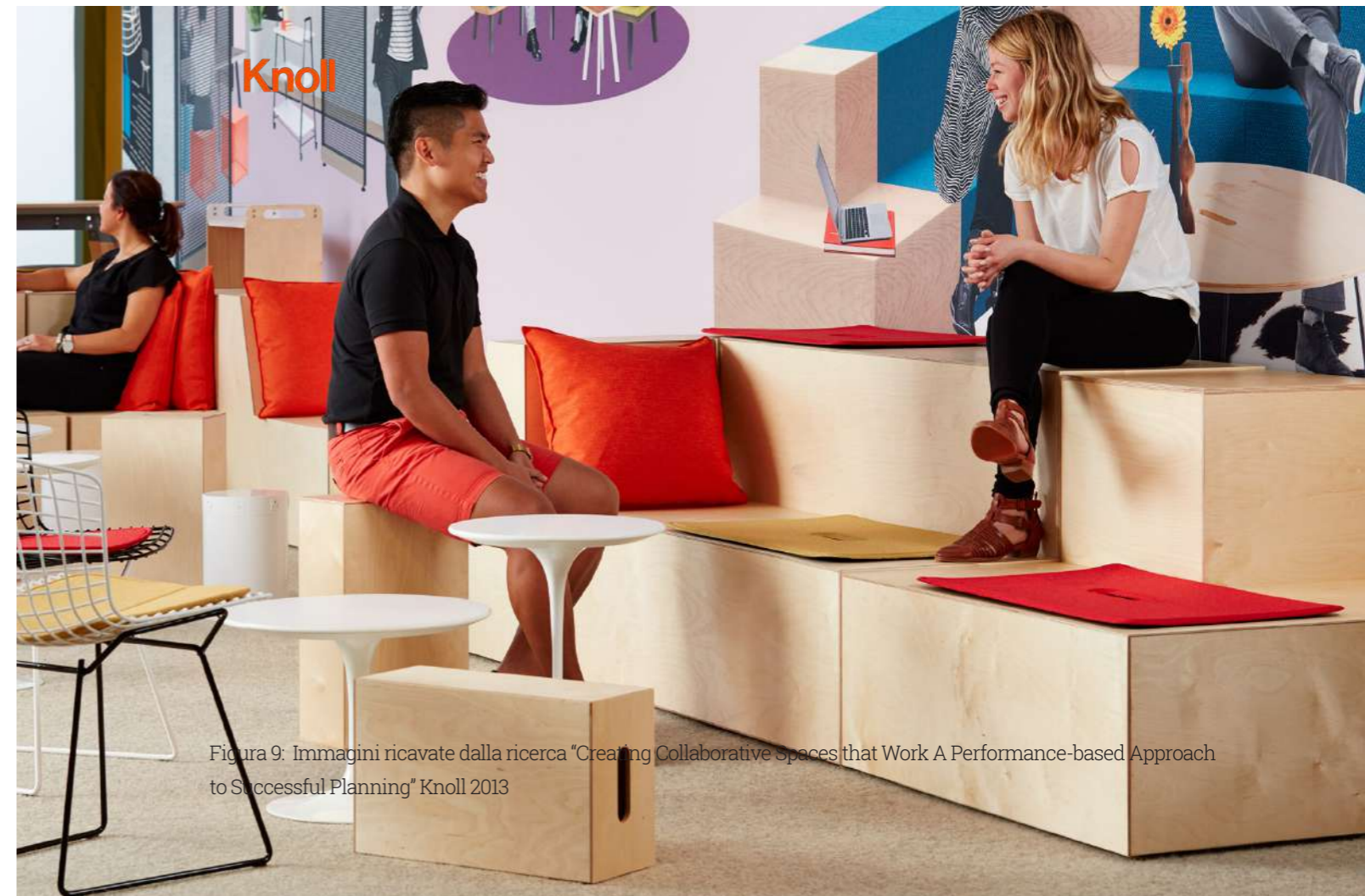


Figura 9: Immagini ricavate dalla ricerca "Creating Collaborative Spaces that Work A Performance-based Approach to Successful Planning" Knoll 2013

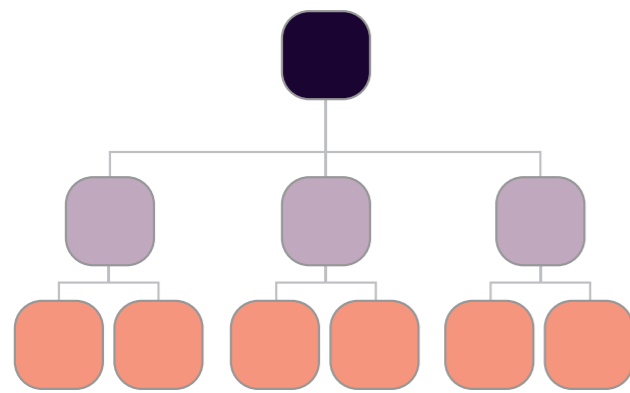
ecc. Ma questo non basta. Le aziende sperano erroneamente che la varietà di interazioni sociali che si verificano nei luoghi pubblici si riflettano negli spazi lavorativi, ma servono degli approfondimenti di layout strategici affinché questo accada. L'idea di fondo che Knoll porta avanti negli anni, con seminari in tutta la East Coast, è chiamata "immersive planning" ovvero è un modello per cui l'ambiente di lavoro deve essere immersivo, dove l'uomo si possa calare in toto. Alcuni aspetti di questo progetto prevedono: l'esperienza emozionale, la riduzione delle separazione casa-lavoro-divertimento, lavoro di gruppo alternato a quello individuale, la flessibilità d'uso, la connessione e la personalizzazione. Con queste e altre sottili considerazioni l'azienda si propone sia come centro di ricerca proprio con materiali e progetti, sia con momenti esterni. Questi sono i 6 punti di forza del progetto "immersive planning":

- 1) I luoghi aperti invitano chi si siede a scoprire lo spazio e provvedono facilmente un approdo ai flussi in entrata;
- 2) Forme familiari e spazi terzi offrono una

varietà di diversi orizzonti, proporzioni e scenari;

- 3) Sedute da lavoro con tavoli flessibili danno la possibilità ai dipendenti di definire come vogliono lavorare;
- 4) Implicite e leggeri confini creano diverse esperienze individuali o a gruppi;
- 5) Grandi spazi danno la possibilità di connettersi dando la sensazione di lavorare "together alone".
- 6) La food area non può dare solo un conforto fisico, ma deve anche funzionare come cuore delle comunità dell'ufficio, offrendo zone per ritirarsi o per socializzare. Lo spazio diviene quindi una metafora dell'evoluzione sociale in cui stiamo vivendo. Si destrutturano i processi, i luoghi comuni, le relazioni, il rapporto con gli oggetti per preparare gli individui al cambiamento. Il design è protagonista di questo cambiamento fisico: i colori, gli arredi, il layout, i materiali e la tecnologia servono a proiettare fisicamente e mentalmente i dipendenti in un nuovo contesto lavorativo. I luoghi informali visti in precedenza come luoghi di svago e relax, diventano una chiave di mutamento e fusione tra

20th Century Workstyle



21st Century Workstyle

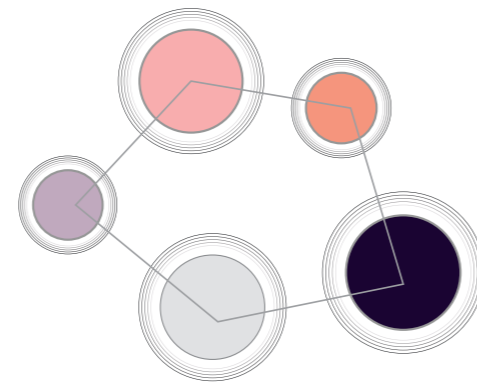


Figura 10: Due modelli di collaborazione ricavati dalla ricerca Knoll.

“IMMERSIVE PLANNING” È UN NUOVO MODELLO DI L'AMBIENTE LAVORATIVO

vita e lavoro con il presupposto di ridurre lo stress, appagando una necessità di fuga sempre più comune nelle nuove generazioni. Nelle aziende flessibili si giunge a eliminare i tempi improduttivi e facilitare le relazioni fra dipendenti che solitamente non potrebbero incontrarsi, ma soprattutto l'obiettivo è di aumentare i tempi di permanenza gradita all'interno del luogo di lavoro.

Un'altro caso di azienda che si occupa di progettare benessere è Level Hub a Milano, azienda specializzata della progettazione, produzione vendita di pareti divisorie e arredi per ufficio. Non è paragonabile alla multinazionale Knoll prima citata sia in termini di prodotto che in termini distri-

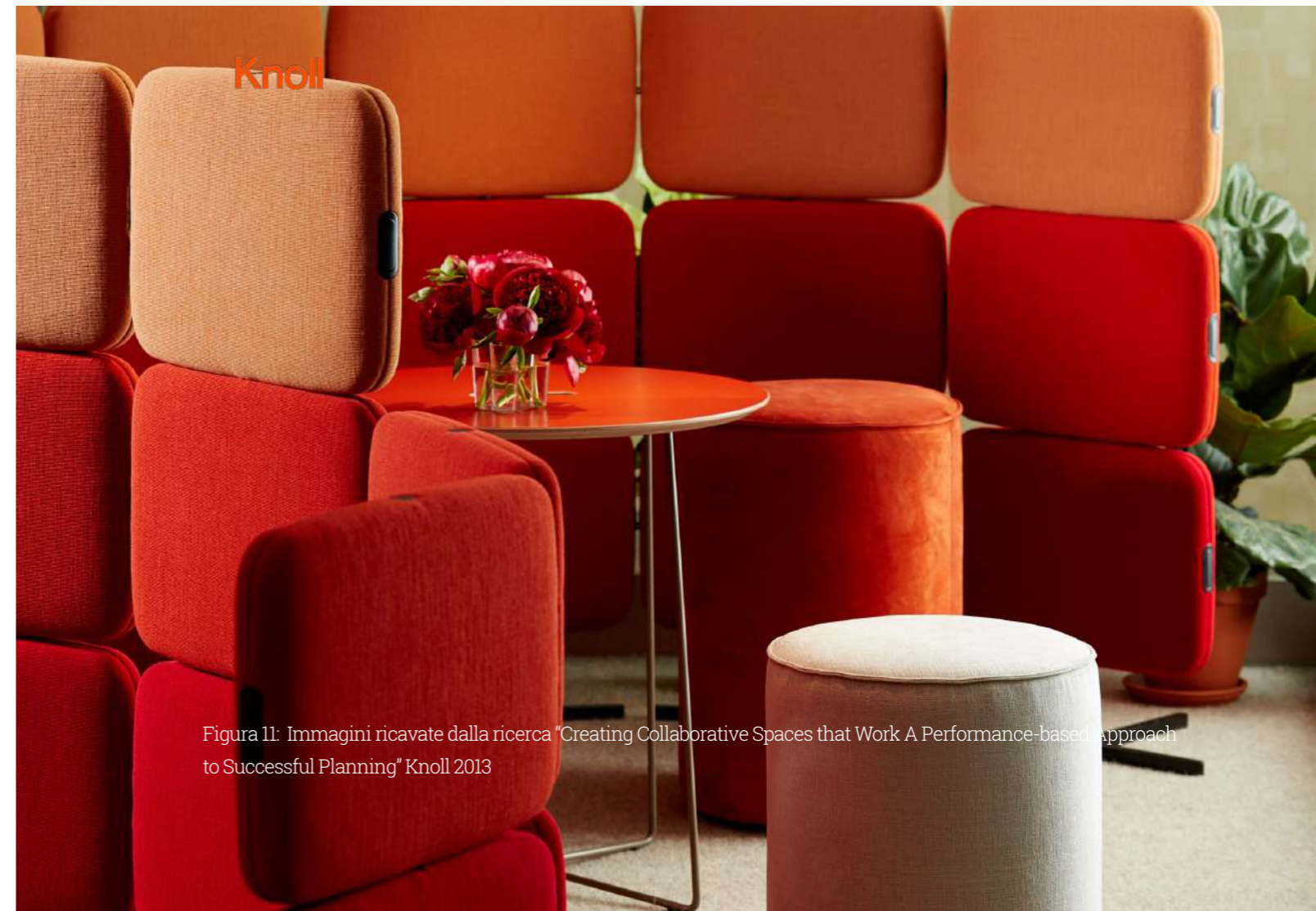


Figura 11: Immagini ricavate dalla ricerca "Creating Collaborative Spaces that Work A Performance-based Approach to Successful Planning" Knoll 2013

buzione e mercato e neanche come risorse destinate alla ricerca. Nonostante queste presse Level Hub ha adottato un approccio Green- Tech Philosophy, ovvero l'integrazione dell'ambiente d'ufficio con elementi naturali e tecnologici dove il dentro e il fuori convivono senza limitazioni spaziali, superando i layout comuni degli uffici convenzionali.

L'azienda ha come punto di partenza il benessere dell'utilizzatore e si è sempre distinta nel mercato dell'arredo ufficio per la soddisfazione dell'esigenze della clientela, grazie a un continuo consolidamento delle proprie competenze e del proprio know-how.

Nel breve periodo l'azienda si è preposta

l'obiettivo non solo di innovare i prodotti ma di costruire scenari futuri nel mondo del lavoro che tengano in considerazione i cambiamenti di stile di vita delle nuove generazioni. Così è nato Level Hub, uno spazio di promozione culturale per l'esposizione di nuovi concept in un'ottica di apertura verso il territorio. Smart è l'aggettivo che caratterizza ogni attività e si affrontano temi di design per coltivare nuovi prodotti frutto di idee di oggi per soluzioni di domani.

L'APPROCCIO GREEN- TECH È UNA FUSIONE D'UFFICIO CON ELEMENTI NATURALI



Figura 12: Immagini ricavate dalla ricerca "Creating Collaborative Spaces that Work A Performance-based Approach to Successful Planning" Knoll 2013

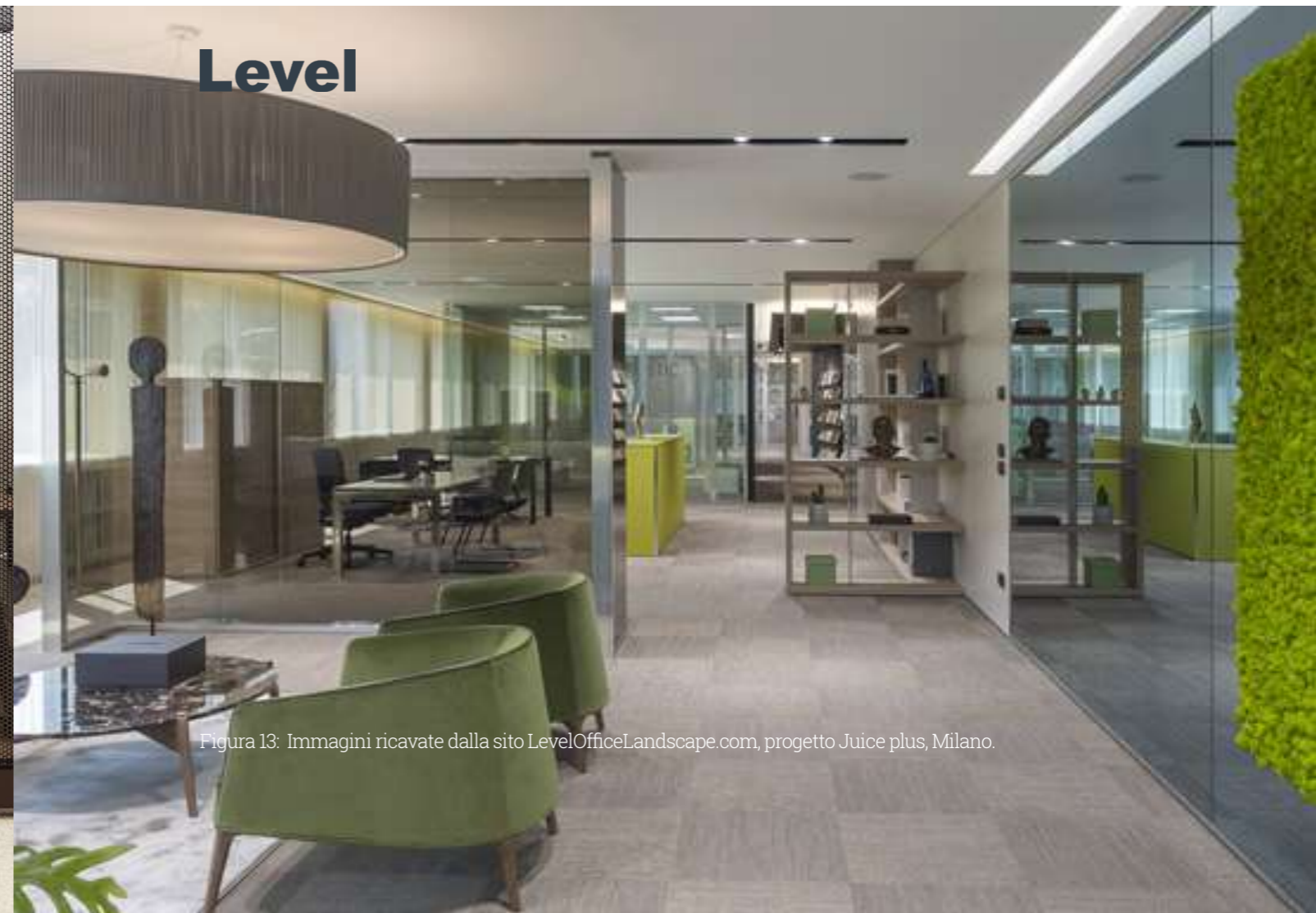


Figura 13: Immagini ricavate dalla sito LevelOfficeLandscape.com, progetto Juice plus, Milano.

“L’azienda flessibile deve puntare alla comunità, ovvero spostare l’ago della bilancia da un io a un noi.”

Cit David Rockwell, designer di Knoll

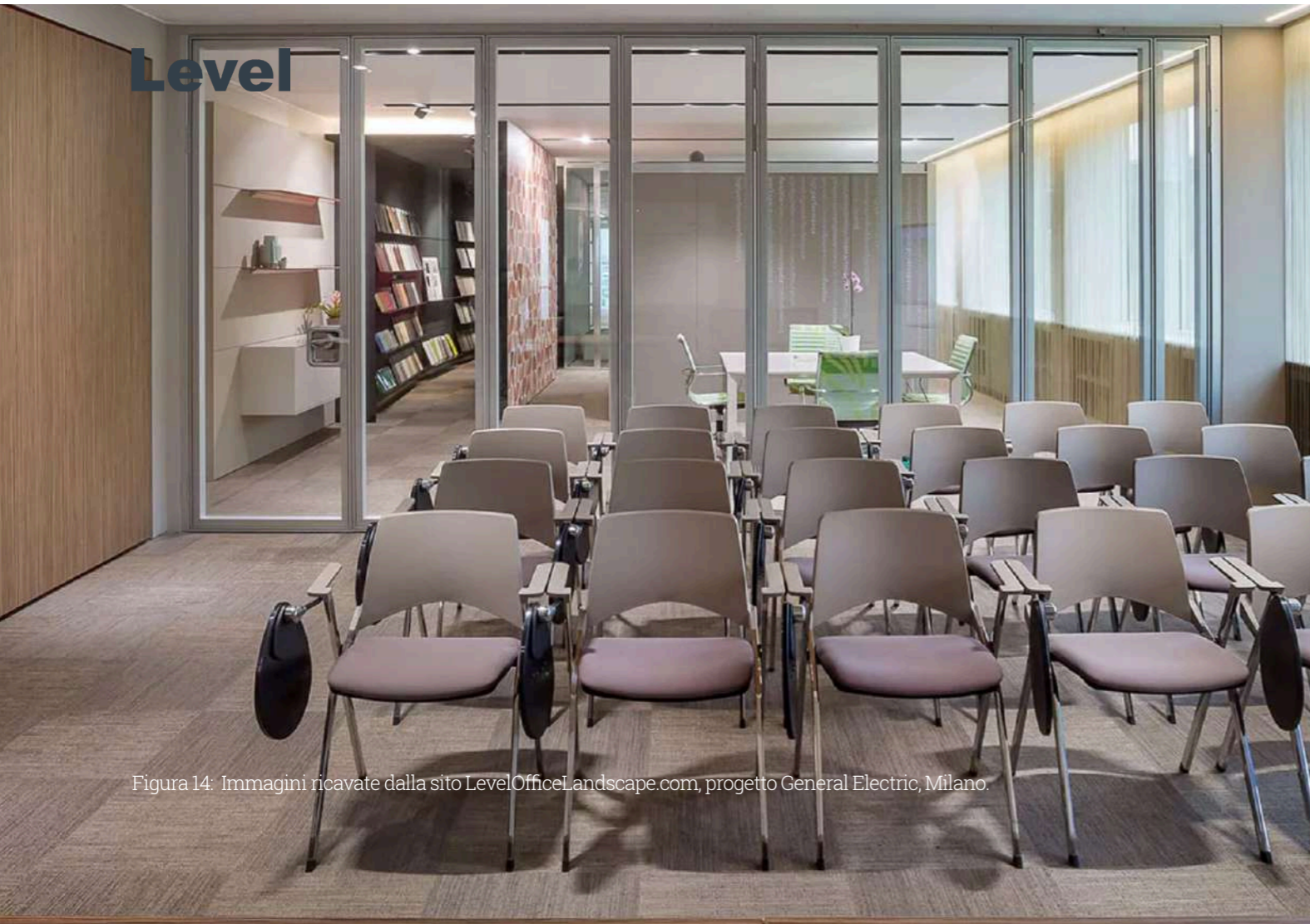


Figura 14: Immagini ricavate dalla sito LevelOfficeLandscape.com, progetto General Electric, Milano.

RIUNIONI EFFICACI : AMAZON E IL MODELLO 6 PAGINE

Le aziende flessibili lavorano con rapporti a distanza e spesso sentono l’esigenza di organizzare nel modo più efficace possibile le presentazioni. Amazon azienda che vive a diretto contatto con i consumatori finali, ha ideato un modello di presentazione “delle 6 pagine”²⁵

Amazon è un multinazionale che ha un enorme complessità da gestire dovuta alla diffusione geografica, al marketing di posizionamento crescente, l’enorme numero di prodotti proposti, alla loro variabilità, alla parte tecnologica, alla logistica e più recentemente ai prodotti erroneamente chiamati “unbranded” ma in realtà brendizzati “amazon basic”.

In questo contesto di complessità organizzativa il CEO Jeff Bezos ha ideato un modo smart per gestire le riunioni: innanzitutto ha scomposto i tempi in sotto temi per cui all’interno dell’azienda si fanno riunioni dedicate a singoli o piccoli aspetti.

E’ sorprendente l’efficacia con cui in breve tempo i referenti inter-funzionali riescano a confrontarsi e a raggiungere decisioni operative. Ovviamente a tale fine c’è un inteso lavoro nella preparazione delle presentazioni, che possono essere in presenza o in call, le quali sono convocate solo quando si ritiene di non poterne fare a meno. Sostanzialmente sono “tactical meeting” ovvero confronti task force su punti specifici gestiti da un moderatore responsabile del processo, utilizzando una presentazione chiara di analisi, sintesi e proposte di soluzioni al fine di ridurre le “tensioni” tra esigenze funzionali diverse. Fondamentale per lo sviluppo di questa modello è la definizione della leadership e delle varie competenze.

INCONTRI

TASK FORCE

GESTITI DA UN

MODERATORE

In sintesi, il modello a 6 pagine perché funzioni deve essere supportato da una presentazione molto fine, breve e calendarizzata 48 ore in anticipo, attraverso l’invio del documento preparatorio almeno 24 ore prima.

²⁵ Gianquinto M e Battocchi M., Coworking e Smart Working. Nuove tendenze del mondo lavorativo, Roma, EPC editore, 2018

2.6 Casi studio

1 Banca popolare Milano. BPM Agile

Una significativa testimonianza di lavoro "smart" è venuta dalla Banca Popolare di Milano, che con il progetto "Workplace Strategy". Grazie a questo progetto gli spazi all'interno della banca sono stati ripensati in modo dinamico. Il progetto nasce nel 2015 e nasce dall'esigenza di capire se le postazioni in cui lavorano dipendenti sono configurate al meglio.

I progetti tdi "Workplace Strategy" sono una metodologia universale ma portano a risultati diversi quando sono calati nella realtà aziendale.

Tramite un'analisi costituita da questionari,

focus group e meeting con colleghi si è riuscito a verificare che 3 postazioni su 10 rimangono costantemente vuote, quindi il primo passo è stato l'ottimizzazione dei posti di lavoro, come ha raccontato Roberto Fonso, CIO di BMP «Non abbiamo più postazioni assegnate alla singola persona, ma scrivanie in condivisione. Sono stati creati piccoli ambienti gestiti con sistemi di prenotazione studiati ad hoc». Questo permette di creare zone dove è possibile concentrarsi o dove si possono condividere progetti garantendo una comunicazione più fluida e agile

WORK PLACE STRATEGY

Apripista nel progetto pilota è proprio la funzione diretta da Fonso, ritenuta la più adatta a testare in tempi brevi il nuovo assetto e a trasmetterne alle altre divisioni gli aspetti positivi. «Il punto di partenza è stato analizzare le modalità d'uso quotidiane delle postazioni. È così emerso che ne basta una ogni 1,3 persone».

BMP è il vincitore del "Premio Abi per l'innovazione degli spazi e degli strumenti nei servizi bancari" al Forum ABI Lab 2017.



Figura 15: Interni sede BPM, Milano



Figura 16: Interni sede BPM, Milano

2 Cameo

L'azienda Cameo negli ultimi anni ha fatto parare di sé anche per l'aspetto digitale. Questo non risulta così scontato dato che si tratta di un'azienda alimentare che, al netto dell'evoluzione tecnologica (che ha avuto il suo impatto anche sulla produzione di alimenti) e del cambiamento di gusti e abitudini dei consumatori, da oltre ottant'anni produce torte, pizze e dessert. Business la cui storia, per la capogruppo tedesca Dr. Oetker (il nome è quello di August Oetker, inventore del lievito in bustina), risale addirittura al 1891.

«Certo non siamo state tra le prime aziende ad affrontare la digitalizzazione, ma lo stiamo facendo. Lo sviluppo tecnologico è inarrestabile e per un'azienda, anche di

“Non è stato così facile. Le persone erano legate alle loro abitudini, ai loro spazi.”

Cit Micaela Di Giusto, executive HR manager di Cameo

lunga tradizione come la nostra, è prima di tutto opportunità di crescita» – conferma Micaela Di Giusto, executive HR manager della consociata di Desenzano del Garda, per cui è responsabile di un organico di 370 persone.

Activity Based Working – Nel gennaio 2017, è stato ufficialmente inaugurato il nuovo campus di cameo, costruito con i più elevati standard d'architettura sostenibile (produzione di energia fotovoltaica e geotermica, gestione integrata d'illuminazione e climatizzazione, controllo della qualità dell'aria e uso di materiali naturali e basso emissivi), con una struttura dotata di spazi di lavoro moderni e modulabili. L'Osservatorio del Po-

ACTIVITY BASED WORKING

litecnico di Milano racconta come l'azienda sia partita da un'esigenza specifica: riprogettare lo spazio fisico di lavoro per agevolare la collaborazione tra colleghi e il consolidamento di relazioni positive tra i dipendenti.



Figura 17: Interni sede Cameo, Desenzano del Garda



Figura 18: Interni sede Cameo, Desenzano del Garda

«Il Campus non è solo un nuovo edificio ma un concetto basato sulla centralità delle persone, con una forte attenzione alla sostenibilità, requisiti indispensabili per assicurarci la crescita di domani», queste le

BENESSERE: WELLNESS BALL PER LA POSTURA

parole con cui Alberto de Stasio e Peter Irle, direttori generali di Cameo «La filosofia che sta alla base del nuovo ambiente di lavoro, definita Activity Based Working, è quella di favorire le interazioni tra tutti i collaboratori. I dipendenti possono scegliere lo spazio più adeguato per poter svolgere efficacemente le diverse attività: oltre alle 200

postazioni, nel Campus sono stati realizzati una trentina di spazi per il lavoro in team e diverse project area. Ci sono i phone boot, per quando è necessario avere maggiore privacy nelle comunicazioni, anche perché i telefoni fissi hanno lasciato il posto al VoIP, ma c'è spazio anche per le attività informali nei social hub, nel giardino interno e in tutte le zone comuni del piano terra: il ristorante, la caffetteria e le aree verdi attrezzate, dove è anche possibile lavorare» – ricorda Di Giusto. «Io stessa, che amo la luce e il sole, spesso prendo il mio computer e mi metto a lavorare in giardino o nella caffetteria. Il che mi rende anche più produttiva».

In cosa consiste il progetto? Nella progettazione del Campus è stata posta particolare attenzione al benessere delle persone: dalle aree verdi attrezzate, agli spazi informali per rilassarsi, fino al nuovo ristorante o alla cafeteria, dove è sempre possibile consumare frutta fresca.

Nell'edificio principale ognuno dei tre piani è dedicato alle linee di prodotto di punta dell'azienda: pizza, torte e dessert. Le diverse funzioni aziendali sono state posizionate in modo che vi fosse vicinanza e facilità di relazione tra attività collegate. Ogni piano dispone di un social hub e, in particolare, quello al primo piano gode di un florido giardino interno, mentre gli arredi sono stati pensati per permettere ai dipendenti di godere delle migliori condizioni in termini di comfort acustico, termico e lu-

minoso. Attenzione anche alla postura con le Wellness Ball, un attrezzo ginnico che può essere utilizzato come una seduta alternativa per rafforzare la muscolatura e migliorare l'equilibrio.

Nel Campus cameo non ci sono telefoni fissi perché è stato introdotto un sistema integrato di comunicazione VoIP (Voice over IP), attivo in tutte le aree (incluse le aree verdi), grazie alla piena copertura Wi-Fi.

Smart working – «Il punto di partenza è stato quello dello smart working» – aggiunge ancora M. Di Giusto. E la svolta mette in luce il cambio di passo culturale che è alla base della digitalizzazione: «Non è stato così facile. Le persone erano legate alle loro

abitudini, ai loro spazi. Anche solo passare dal telefono sulla scrivania alle cuffie collegate al computer ha richiesto del tempo. Alla fine, però, smart working per Cameo ha significato soprattutto passare dalla logica del controllo a quella della restituzione di autonomia e flessibilità, a fronte di una più netta responsabilizzazione sui risultati».

«Evoluzione davvero radicale, che oltre ad avere cambiato le modalità di lavoro, ha inciso sullo stile manageriale dei nostri responsabili, passando dalla valutazione della presenza fisica alla valutazione della performance» – precisa Di Giusto.



Figura 19: Interni sede Cameo, Desenzano del Garda

“Riprogettare lo spazio fisico di lavoro per agevolare la collaborazione tra colleghi e il consolidamento di relazioni positive tra i dipendenti.”

Cit Micaela Di Giusto, executive HR manager di Cameo

3 Unicredit Banca

“UniCredit è un progetto interfunzionale, coinvolge persone, spazi e tecnologia e rappresenta un modo rivoluzionario di gestire e vivere gli ambienti e i tempi di lavoro basandosi su due pilastri: il desk sharing e l’activity based worksetting” queste le parole di Paolo Gencarelli, Head of Group Real Estate and Procurement di UniCredit. Lo sviluppo di iniziative di Smartworking all’interno degli uffici è partito nel 2016 e si delinea su due livelli: il primo applica i principi della sharing economy agli spazi di lavoro mentre il secondo mette a disposizione delle persone ambienti specifici e diversificati, disegnati per soddisfare le diverse esigenze: lavoro individuale, in team, condivisione informale, call conference,

brainstorming.

Il progetto Unicredit è partito osservando il lavoro di diverse strutture interne al Gruppo “su un campione di 1.500 scrivanie assegnate in modo permanente, nel corso di una “giornata tipo” mediamente solo il 72% veniva occupato e solo il 45% risultava effettivamente utilizzato”. Confrontandosi con aziende aventi simili rivelazioni hanno scelto di introdurre il desk sharing con un fattore 100:120 (ossia 100 postazioni per 120 colleghi), trasformando l’assegnazione esclusiva della scrivania in accesso libero alle postazioni. Ora ogni giorno i dipendenti prendono il pc portatile e le dotazioni personali dal proprio armadietto e, grazie al secondo pilastro del progetto, l’activity

based worksetting, sono liberi di scegliere lo spazio più congeniale per svolgere le proprie attività.

“Una ulteriore tassello del progetto è in corso a Milano- afferma Paolo Gencarelli- dove è possibile lavorare in modo agile un giorno a settimana dalla propria abitazione o dai city hub, spazi aziendali condivisi e posizionati in modo da ridurre la distanza casa-ufficio. Questo progetto di city Smart Working rappresenta sicuramente un progetto di frontiera indirizzato alla costruzione di una smart city moderna capace di integrare in modo intelligente gli spazi ufficio all’interno della città.”

L’obiettivo è quello di promuovere una

*“Solo il 72%
delle scrivanie
veniva occupato
e il 45% risultava
utilizzato.”*

Cit Paolo Gencarelli, Head of Group Real Estate and Procurement di UniCredit



Figura 20: Interni sede Unicredit, Milano



Figura 21: Interni sede Unicredit, Milano

sempre maggiore autonomia nella gestione delle attività che comporta in un'evoluzione anche nei modelli di leadership. Al controllo del lavoro attraverso la misurazione del tempo trascorso in ufficio viene sostituita la fiducia e il focus sul risultato, attraverso una crescente responsabilizzazione di tutti i colleghi.

Lo Smart Working consente alle persone di lavorare con sempre maggiore mobilità e flessibilità. Nella quotidianità di Unicredit è cruciale garantire ai dipendenti delle dotazioni che rendano il più possibile facile e veloce l'accesso agli asset condivisi (per esempio applicazioni mobile per la prenotazione degli spazi, dotazioni digitali per il check-in nelle sale riunioni), assicurando sempre strumenti di comunicazione e collaborazione da remoto.

DESK SHARING E GIORNATE DI LAVORO AGILE

C'è da dire che ad oggi non stanno misurando l'effettivo aumento di produttività da quando hanno adottato un'apolitica SW, tuttavia hanno introdotto una maggior responsabilizzazione dei colleghi e migliorato l'integrazione tra le diverse funzioni aziendali favorendo contaminazione e trasparenza. "Si percepisce una generale soddisfazione delle persone che vivono spazi più belli e meglio utilizzati. Con lo smart working - racconta sempre Paolo Gencarelli - stampiamo meno con un conseguente miglior utilizzo delle risorse e riduzione dell'impatto ambientale.

Il successo del progetto è dimostrato dal fatto che lo stiamo implementando velocemente su diverse strutture e differenti geografie. Lo Smart Working in UniCredit è oggi giunto a una fase matura con 3.000 colleghi che possono già lavorare con questa modalità a Milano, Torino, Bologna, Monaco e Francoforte e un piano che prevede di arrivare a 29.000 persone in tutta Europa entro il 2019."

Secondo i dati dell'articolo i dipendenti finora coinvolti dimostrano di apprezzare molto le opportunità offerte dal lavoro agile: da giugno 2014 sono già state totalizzate oltre 14.000 giornate di 'lavoro agile' o da casa o dai city hub. Solo a Milano il progetto sarà esteso nei prossimi 2 anni a oltre 4.000 persone a Milano e farà risparmiare all'azienda, 5 milioni di km percorsi all'anno in città (pari a 45 ore di spostamento per ciascuna persona).



Figura 22: Interni sede Unicredit, Milano

4 Gruppo Menarini

Come riportato dalla redazione di EDP, casa editrice che ha sede a Milano, lo scorso aprile il Gruppo Menarini ha introdotto una percentuale di Smart Working per migliorare la loro attività.

Menarini è un'azienda farmaceutica italiana presente in 136 paesi e ha collaborato con Google per un progetto di trasformazione digitale che vede in primo piano lo smart working, inteso come un nuovo approccio al lavoro, più facile e agile. L'obiettivo che l'azienda si è posta è quello di consentire ai 17.000 dipendenti del gruppo di collaborare in tempo reale a livello globale, grazie a G Suite, la soluzione enterprise di Google Cloud per la collaborazione e la condivisione aziendale.

Menarini, che da sempre promuove l'innovazione tecnologica, ha deciso di puntare su Google Cloud per consentire alle persone di collaborare in modo sempre più veloce ed efficace ovunque si trovino. G Suite consiste, infatti, in una serie di strumenti accessibili ovunque da ogni dispositivo e permette di accedere a documenti o fogli di lavoro in tempo reale, lavorando contemporaneamente alle modifiche tramite un unico documento condiviso all'interno di un team. Completano il pacchetto suite: Gmail per la posta elettronica aziendale, il Calendario per l'organizzazione delle agende e Hangouts/Meet per chat aziendali e videoconferenze.

In circa sei mesi, l'azienda ha migrato su

Google Cloud tutti gli utenti del gruppo, avviando un cambiamento culturale e organizzativo e supportando al meglio l'operatività dei singoli e dei team di lavoro. La transizione è stata coordinata dalla Direzione Information and Communications Technology e Sviluppo Organizzativo del Gruppo, tramite azioni mirate volte a facilitare il processo di adozione della nuova piattaforma. Attraverso G Suite è stato realizzato, inoltre, un portale multilingua finalizzato a supportare tutto il personale nel mondo, mediante: video tutorial, brevi manuali d'uso e risposte a domande frequenti. "I nuovi modelli di Smart Working sono in costante evoluzione per permettere alle aziende di fare leva sulle nuove tecnologie

G SUITE FOR ENTERPRISE

e massimizzare i processi – dichiara Fabio Fregi, Country Manager di Google Cloud in Italia –.

Le soluzioni di Google Cloud sono un esempio di lavoro agile per le aziende che abilitano le imprese e le persone a lavorare al passo coi tempi e con uno sguardo positivo verso il futuro. La scelta di Gruppo Menarini è indicativa poiché delinea una strada vincente per la trasformazione digitale delle aziende italiane.

Figura 23: Immagine ricavata dalla presentazione Smart Working di Menarini, 2018

Capitolo

3



**STEEL CASE E IL WORKCAFÈ:
UN RIUSCITO TERZO LUOGO**

3.1 Perché costruire un Workcafé all'interno del luogo di lavoro

Recentemente, Google ha aperto il proprio coffee shop nel suo campus a Mountainview, in California. Brandizzato "Coffee Lab", il suo arredamento ricorda uno Starbucks, con pannelli di legno caldi, lussuosi rivestimenti e sedie che pubblicizzano specialità del giorno. Questo cambiamento negli uffici Google non vuole essere la notizia principale, specialmente se si considera il numero di sedi aziendali che hanno un coffee shop all'interno, tuttavia è un segnale che il panorama dei luoghi di lavoro sta cambiando.

Il Coffee Lab è la prova di come le aziende stanno cercando di fornire ai dipendenti l'accesso ad ambienti che offrono servizi che solitamente si trova no nell'ambito casalingo, soprannominati dal sociologo Ray Oldenburg, "first place". In questa lunghezza d'onda il luogo di lavoro diventa "il secondo posto o second place", mentre i workcafé all'interno dell'azienda assumo un luogo nuovo e connotato da elementi distintivi: il nuovo "terzo posto".

Alcune aziende abbracciano l'idea che i loro dipendenti per motivi organizzativi o altro possano lavorare in remoto da un coffee shop (questa è stata la chiave del successo di Starbucks agli inizi degli anni '70). Si è riscontrato che questi coffee shop sono ideali quando i dipendenti hanno esigenza di rilassarsi o lavorare indisturbati. Un'altra motivazione ad abbracciare questa filosofia è che le aziende vogliono abbattere i costi immobiliari avendo meno corpi in ufficio. Tuttavia il motivo principale dell'istallazione dei Workcafé è che molte aziende si sono rese conto che i dipendenti hanno bisogno di stare insieme in un luogo dove i legami si fanno deboli,



Figura 24 Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

ovvero dove è possibile interagire con chiunque, non solo il vicino di scrivania. Questi legami deboli, secondo Mark Granovetter sono la chiave dell'innovazione, infatti è proprio l'incontro uno semi sconosciuto che fa nascere nuove opportunità²⁵. Questa chiave di successo è stata largamente adottata da Google, il quale lascia ai suoi dipendenti durante la giornata lavorativa il 20% di free time per lavorare a progetti personali con gli altri dipendenti all'interno dell'azienda. E' proprio in questo modo che sono nati i software di Google

“Un terzo posto in ufficio deve fornire un'esperienza migliore dei soliti Starbucks. Vogliamo e creare un luogo in cui il vero lavoro può accadere.”

Cit Lew Epstein, General Manager, Coalesse

Drive e Gmail.

Ma sta forse imitando la caffetteria al lavoro? Sta dando ai lavoratori ciò di cui hanno realmente bisogno? È possibile che un terzo posto in ufficio possa fornire un'esperienza ancora migliore rispetto ai posti che i dipendenti trovano al di fuori del lavoro e creare un luogo in cui il vero lavoro può accadere?

Le persone possono cercare un terzo posto

NEL WORKCAFE' I LEGAMI SI FANNO DEBOLI

a causa delle sue buone qualità intrinseche - la capacità di lavorare senza che i colleghi si fermino, i mobili del salotto con un'atmosfera casalinga, il ronzio energizzante delle persone, l'accesso al buon cibo, un ambiente attraente.



Figura 25. Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

²⁵ Granovetter M., Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness. Articolo, 1995

3.2 La storia dei third place

I terzi luoghi - in sostanza, i luoghi pubblici che aiutano le persone a superare la giornata o consentono loro di riunirsi - hanno ispirato l'innovazione e stimolano le conversazioni in tutta la civiltà occidentale. Nel XVI secolo, la Riforma protestante iniziò in una taverna chiamata White Horse Inn a Cambridge, in Inghilterra. Nei secoli XVII e XVIII, notizie e pettegolezzi sarebbero volati da caffetteria a caffetteria in Europa, tanto che un giornalista dell' Economist li ha soprannominati "l'Internet nell'era dell'Illuminismo" o meglio conosciute come chiacchiere da caffè.

Oggi possiamo ringraziare Starbucks e altre caffetterie per il concetto di terzo posto dell'era moderna, il quale è stato promotore di una rivoluzione sui luoghi di lavoro. Come ha osservato Oldenburg nel suo seminale "The Great Good Place", la maggior parte dei terzi luoghi ruotano intorno alle bevande. Mentre le catene di fast-food crescono a un tasso di solo il 2% all'anno, le catene di caffè crescono più del 10% all'anno, secondo uno studio c'è qualcosa in una caffetteria che porta le persone e le tiene lì. All'interno dello studio di Steel Case si evidenziano che: "Secondo i consulenti del posto di lavoro Flex + Strategy, il 31% dei dipendenti a tempo pieno negli Stati Uniti svolge la maggior parte del proprio lavoro lontano dalle sedi dei datori di lavoro. La scelta verso i terzi posti e l'aggiunta di attributi del terzo posto all'ufficio è fortemente in crescita e si sta rafforzando in luoghi come il Nord America e l'Olanda, ma risulta ancora poco diffuso in altre parti del mondo. Ma ciò non significa che i dipendenti di tutto il mondo



Figura 26 Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

non desiderino cose simili."

Un esempio è nell'area Asia-Pacifico, dove essendo i bene immobilità di limitata grandezza, è difficile consentire l'aggiunta di uffici tipo Coffee Lab a grandezza naturale. Tuttavia, le aziende di tutto il mondo sono coscienti dei benefici del terzo posto e sono alla ricerca di modalità per aggiungere elementi di quell'esperienza con layout di minor dimensioni. Rispetto ai lavoratori americani, quelli europei sono più stazionari in ufficio (anche se i dati evidenziano un grande incremento dell' lavoro

“Stiamo portando le comodità di casa nel terzo posto di lavoro per rendere l'ufficio il posto migliore dove lavorare.”

Cit Cherie Johnson, direttore e Global Design di Steelcase

agile), tuttavia apprezzano molto le connessioni negli shop e si intrattengono in ambienti supportano il lavoro di ufficio. "Quando i lavoratori lasciano il posto di lavoro per lavorare, si separano dai loro colleghi, dalle risorse organizzative e dalla cultura dell'azienda". Questo quanto sostiene Cherie Johnson, direttrice e Global Design di Steelcase, ed è la preoccupazione che affligge tutte le aziende, ovvero la paura dell'uscita del know how dovuta

II PRIMO LUOGO DEVE FONDERSI CON IL TERZO

a ingroppa libertà. In tal senso le organizzazioni, non potendo bloccare il fenomeno hanno deciso di cavalcarlo, ovvero portando i coffee all'interno dell'azienda. Quello che afferma Lew Epstein è che "Per le organizzazioni c'è l'opportunità di offrire qualcosa di molto meglio della caffetteria locale. Possono offrire, sì, luoghi che hanno una bella atmosfera, un ottimo caffè e cibo nutriente, ma soprattutto spazi altamente funzionali per migliorare il lavoro. Sempre Lew Epstein suggerisce che i



Figura 27: Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

lavoratori che hanno provato ad andare fuori dal campus ai coffee shop hanno affrontato sfide al di fuori del loro controllo e ora vedono i vantaggi che solo un posto di lavoro può offrire. Come detto nei paragrafi precedenti anche nei paesi dove il lavoro e la vita personale sono stati distintamente separati, i lavoratori scelgono o auspicano ad avere una migliore sinergia tra vita lavorativa e vita sociale. Questi atteggiamenti mutevoli, uniti all'intensità del lavoro di oggi, stanno

inducendo le organizzazioni a ripensare radicalmente i luoghi di lavoro e a fondere al meglio il primo e il terzo posto, ovvero casa e lavoro, al fine di promuovere livelli più elevati di coinvolgimento dei dipendenti. I terzi posti aziendali che ospitano il lavoro reale devono fornire grandi soluzioni tecnologiche. Gli spazi con tecnologia integrata sono quelli maggiormente utilizzati. I display per la condivisione e la revisione delle informazioni, sia digitali che analogiche, aiutano i team a ottenere compen-

sione e allineamento. Le persone possono cercare un terzo posto a causa delle sue buone qualità intrinseche - la capacità di lavorare senza che i colleghi si fermino, i mobili del salotto con un'atmosfera casalinga, il ronzio energizzante delle persone, l'accesso al buon cibo, un ambiente attraente. Tuttavia ci sono anche degli aspetti negativi intrinseci: mobili comodi potrebbero non essere così comodi quando ci si deve sedere tutto il giorno o possono non supportare correttamente i

dispositivi tecnologici compromettendo la buon riuscita del lavoro. Quel ronzio energetico che spesso si sente in questi luoghi, implica un certo livello di distrazione e una mancanza di privacy. Le conversazioni telefoniche sono quasi impossibili da condurre e gli incontri con più di due persone non sono molto produttivi perché è difficile condividere o visualizzare visivamente i contenuti. Cherie Johnson, Design Manager di Steelcase e direttore del team che ha sviluppato WorkCafé afferma che “Tutti conoscono la sensazione di dover lottare per connettersi al Wi-Fi in un luogo pubblico, per non parlare della mancanza di prese di corrente. Molti dispositivi rimangono senza alimentazione prima del completamento del lavoro, interrompendo il flusso di lavoro. E c'è il problema molto pratico: come gestisci i tuoi device se hai solo bisogno di usare il bagno o camminare un po'? I tuoi effetti personali sono sicuri?” “Stiamo riscontrando che tutta questa mobilità sta colpendo un muro, il nostro obiettivo è che le persone vogliano tornare in ufficio trovando aziende più intelligenti che offrano servizi che i bar non hanno. Creare un terzo posto aziendale molto efficace implica molto di più che un buon caffè e l'accesso al Wi-Fi: si tratta di integrare lavoro e vita. Si tratta di creare un ambiente che supporti il benessere delle persone fisicamente, cognitivamente ed emotivamente”.



Figura 28: Soluzioni ufficio proposte dall'azienda Steelcase

Quando i lavoratori lasciano il posto di lavoro per lavorare, si separano dai loro colleghi, dalle risorse organizzative e dalla cultura dell'azienda”.

Cit Cherie Johnson, Director and Global Design, Steelcase

3.3 Costruire benessere nei luoghi di lavoro

Le aziende perseguono il benessere organizzativo con un entusiasmo mai visto prima. E' indubbiamente la cosa giusta da fare per la salute dei dipendenti, ed è importante sottolineare che questo stile di vita più sano comporta dei notevoli risparmi sui costi. Ad esempio, grazie in parte agli sforzi per il benessere dell'azienda, i premi della cassa malattia di Steelcase nel 2013 sono aumentati di circa il 3%, meno della metà dell'incremento del 7,5% stimato per l'anno da Price water house Coopers.

Hickey, il vicepresidente senior, afferma che la società ha prove sufficienti e misurabili per dimostrare che la cultura di Steelcase sta portando un miglioramento al benessere dei dipendenti. "I nostri premi di assicurazione sanitaria sono diminuiti, ma ci sono anche altre misure. Ad esempio, fuma circa il 16% dei dipendenti, che è inferiore alla media nazionale di circa il 20%. I nostri esperimenti di benessere vedono una grande partecipazione dei dipendenti che ne parlano e ne confidano l'esperienza". Tuttavia, su Steelcase, il benessere è molto più di una riduzione dei costi. "La maggior parte delle aziende è interessata al benessere, ma soprattutto al potenziale di premi assicurativi più bassi. Oltre a ciò, pensano che sia lanuginoso per i loro affari. Come finanziere - afferma Dave Sylvester, CFO - posso dirvi che la nostra strategia di benessere ha dato i suoi frutti in termini di prestazioni organizzative." Steelcase sta creando prodotti e ambienti che effettivamente aiutano a migliorare il benessere dei lavoratori. In altre parole, il benessere viene reso tangibile attraverso lo spazio di lavoro.



Figura 29: Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

"Non si tratta semplicemente di ambienti con una migliore ergonomia o maggiore comfort. Crediamo che l'ufficio possa diventare un luogo in cui le persone effettivamente escano più in salute rispetto a quando arrivano al mattino".

Nancy Hickey Vicepresidente senior e Chief Administrative Officer. Che cosa è esattamente il benessere? "Per molte aziende, significa ergonomia", afferma Catherine Gall, Research Director di Steelcase WorkSpace Futures con sede a Parigi, il quale sta conducendo un'indagine sulle

**PREMI CASSA DI MALATTIA
AUMENTATI DEL 7,5 % DAL 2015**

culture nei luoghi di lavoro in una dozzina di paesi diversi. “Il benessere coinvolge in realtà molti aspetti della cultura organizzativa, dall’assicurarsi che le persone capiscano qual è il loro lavoro e che abbiano un senso di scopo, a fornire lo spazio, gli strumenti e le risorse giuste per avere successo. La ricerca dimostra che organizzazioni di successo supportano i loro dipendenti con un approccio olistico al benessere mentale, fisico ed emotivo “. Quel supporto è diventato più complicato man mano che il lavoro sulla conoscenza si è evoluto, grazie alla nuova tecnologia e ad un mercato globale, il lavoro si basa su obiettivi molto più veloci che spesso richiedono uno sforzo 24/7.

“Comunichiamo e collaboriamo costantemente. È difficile staccare la spina. Ma ci sono momenti in cui hai bisogno di un posto libero da distrazioni per concentrarti su un compito, avere una conversazione tranquilla o un po’ di tempo libero. Le persone devono avere la possibilità di poter abbassare o alzare gli standard lavorativi e questo spesso significa un cambiamento di scenario”, afferma Gall.

Una cultura del benessere può anche aiutare ad aumentare la creatività dei lavoratori. Le persone che sono ben supportate e più controllate si sentono più sicure e più coinvolte. Ciò incoraggia l’impegno e lo sforzo da parte dell’azienda.

La soluzione che Steelcase ha sviluppato è la migliore strategia di posizionamento, che include diverse modalità di lavoro e supporto per le varie posture, da una riunione stand-up a un lavoro da svolgere per lungo tempo, alla creazione di un team ecc. Cambiare le posture è fisicamente positivo,



Figura 30. Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

stimolante e mentalmente aiuta le persone a rimanere aggiornate e coinvolte. Inoltre Steelcase ha supportato le diverse modalità con cui le persone comunicano e condividono le informazioni, come le conferenze audio e video.

“Qualunque sia il lavoro che stai facendo, c’è uno spazio di lavoro preferito che offre alle persone la possibilità di scegliere e controllare come e dove lavorano e fornisce il supporto di cui hanno bisogno in termini di spazio, arredamento, tecnologia e strumenti”, afferma Gall.

“Non vogliamo semplicemente ambienti con miglior comfort. L’ufficio è diventato un luogo in cui le persone escono più in salute rispetto a quando sono entrate.”

Cit Nancy Hickey Vicepresidente senior e Chief Administrative Officer

Nel WorkCafé, ad esempio, le sale riunioni aperte e chiuse offrono tecnologia per la condivisione delle informazioni di persona o tramite web, video e voce. “Le soluzioni di spazio e di arredamento nel WorkCafé riflettono la natura del team building” afferma Julie Barnhart Hoffman, ricercatrice di design Steelcase. “Alzarsi, cambiare spesso spazio, significa essere più attivi rispetto che stare seduti tutto il giorno in un posto. L’interazione con gli altri aiuta

IL WORKCAFE’ RISPETTA LA NATURA DI STEELCASE: TEAMBULDING

anche a costruire la fiducia e la cultura della squadra”.

La strategia del posto migliore viene applicata in tutta l’azienda: in tutto il quartier generale di Steelcase, chiamato Innovation Center aperto e inaugurato nel 2013, adottano la strategia di Best Place, ovvero offre ai lavoratori la possibilità di scegliere e modificare i luoghi di lavoro, dove troviamo scrivanie regolabili in altezza, panche ad altezza fissa, tavoli, stanze chiuse per individui e gruppi, aree



Figura 31: Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

del team di progetto, aree lounge e una piccola area caffè in ogni piano. I pannelli sono pochi e ideali per cambiare configurazione, consentendo alla luce naturale di riempire lo spazio e facilitando la connessione e la collaborazione tra i lavoratori. Il design supporta l’aspetto emotivo della collaborazione, un processo che rafforza il senso di comunità e l’appartenenza a un gruppo più ampio.

Gli utenti possono adattare questi spazi di lavoro a diversi usi. Una sala di tele confe-

renza può essere utilizzata per uno spazio di team di progetto; un ambiente supporta sia il lavoro di lavoro individuale o una collaborazione improvvisata. Questo non solo rende più fruibili gli immobili, ma garantisce ai lavoratori il posto migliore per lavorare in qualsiasi momento.

Le scelte di postura abbondano, da seduto e in piedi a appollaiarsi. Anche fare una passeggiata è un’opzione in una Walkstation, una combinazione di postazione di lavoro sit-to-stand e tapis roulant a bassa velocità. I dipendenti camminano a piedi per circa due miglia all’ora, bruciano calorie, si sentono più sani e più energici mentre fanno il lavoro normalmente seduti.

Dunque, cosa vogliamo identificare quando parliamo di terzo posto? Qual il suo potere? Lisa Waxman, professoressa di interior design in Florida, ha scoperto che le persone desiderano la pulizia, l’aroma, l’illuminazione adeguata, i mobili confortevoli e una vista all’esterno nella loro caffetteria. Queste caratteristiche costruiscono l’attaccamento emotivo e descrivono quel concetto nebuloso, “ambiente”. Steelcase, attraverso un ricerca interna, ha scoperto

“Qualunque sia il lavoro che stai facendo, c’è uno spazio che fornisce il supporto di cui hanno bisogno in termini di spazio, arredamento, tecnologia e strumenti.”

Cit Dave Sylvester, CFO Steelcase

che il 49% dei dipendenti non ha un ambiente in cui può ricaricarsi, ricaricarsi e rigenerarsi, elemento essenziale per i dipendenti che lavorano con orari molto lunghi. “L’idea di avere una sorta di opportunità di movimento durante il giorno è importante”, afferma Julie Barnhart-Hoffman, responsabile del design di Steelcase’s WorkSpace Futures Group. “È importante offrire ai dipendenti un luogo in cui possono prendersi una pausa dal loro solito spazio di lavoro, scegliere tra spazi che vanno dalle impostazioni individuali a grandi gruppi e favorire un legame stretto fra colleghi e

azienda. Avere spazi perfettamente progettati in questa direzione rende l’intera attività molto più produttiva. “Il terzo posto nel campus è davvero vantaggioso perché hai disposizioni spaziali più casual se vuoi essere nel ronzio e sentirti in contatto con gli altri, oppure soluzioni con un livello intrinseco di privacy che non puoi trovare nei luoghi pubblici. Puoi avere conversazioni importanti e non preoccuparti delle persone che vedono il tuo schermo o ti ascoltano”, afferma Barnhart-Hoffman.

“L’idea di avere una sorta di opportunità di movimento durante il giorno è importante”.

Cit Julie Barnhart-Hoffman, responsabile del design di Steelcase’s WorkSpace Futures Group.

PULIZIA

ARMONIA

ILLUMINAZIONE

ARREDAMENTO

VISTA ESTERNO

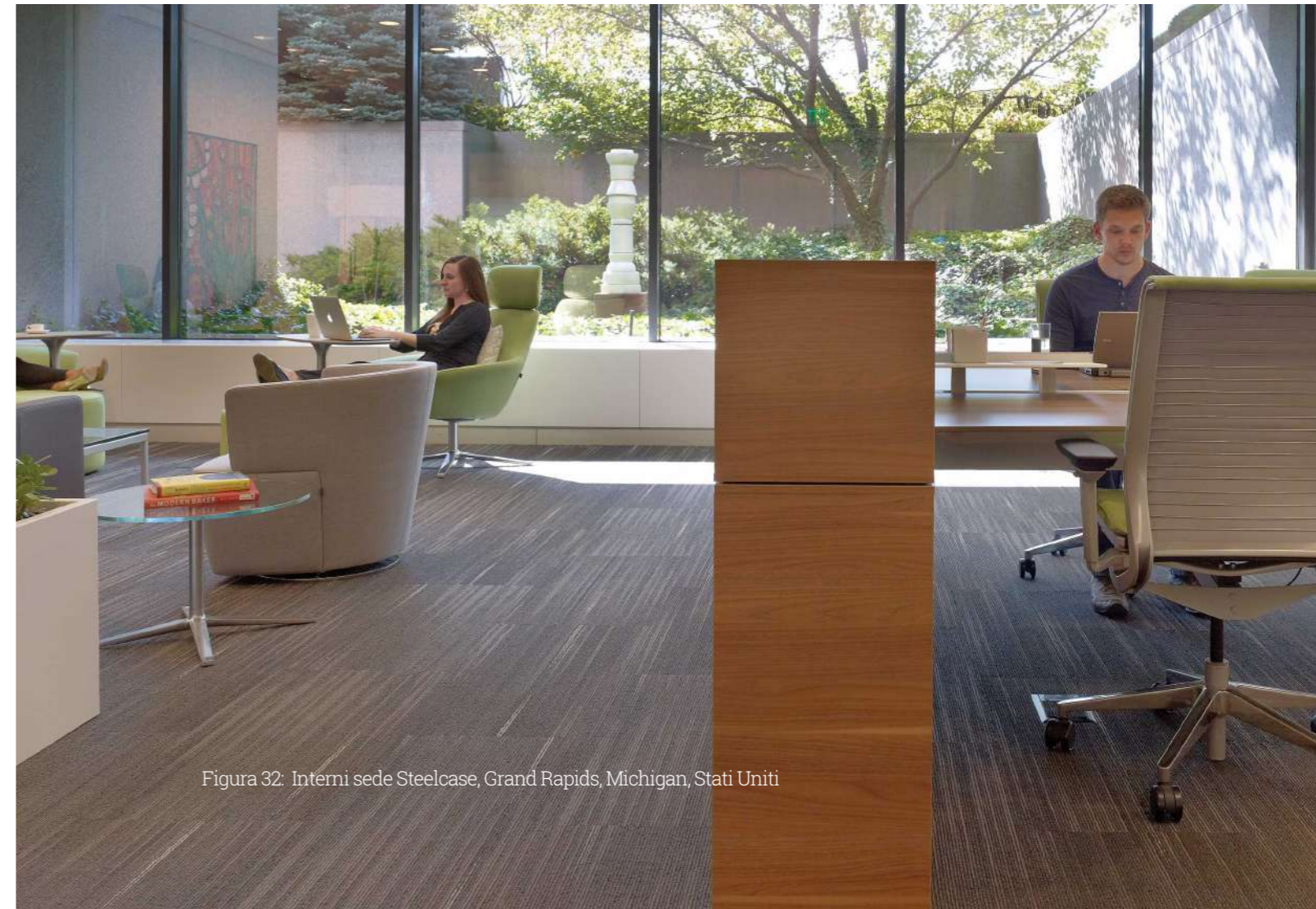


Figura 32. Interni sede Steelcase, Grand Rapids, Michigan, Stati Uniti

3.4 Le cinque zone che identificano il WorkCafe'

ZONA SOCIALE

Costruire reti sociali utilizzando la necessità di healthy food per attrarre tutti i dipendenti, questo aumenta le opportunità di incontri casuali e di impollinazione incrociata.

Gli spazi creativi alimentano la fiducia creativa, creano quindi una connessione emotiva fra i colleghi.



ZONA MEETING

Meeting Commons offre un sistema di spazi che promuove la collaborazione, sia pianificata che spontanea.



ZONA SPECIALE

Cucina + cenare: lo staff supporta i proprio lavoratori con servizi food variabili e personalizzabili.



ZONA NOMADE

Uno spazio accogliente che supporta una comunità di lavoratori in costante movimento e che vogliono condividere le esperienze e conoscenze.



ZONA RISORSE

Meeting Commons offre un sistema di spazi che promuove la collaborazione, sia pianificata che spontanea.



3.5 Gli elementi di un riuscito terzo luogo

La creazione di un Workcafé o terzo posto aziendale non è solo il dominio di aziende con studi di progettazione o che presentano molto spazio extra. Il concetto può essere implementato in aziende di tutti i tipi ed è scalabile per impronte di grandi

DESIGN

Gli elementi di design creano l'atmosfera di un WorkCafé e, in larga misura, influenzano le reazioni fra i lavoratori. Come detto in precedenza Lisa Waxman, il WorkCafé sono il mix di, aroma, l'illuminazione adeguata, i mobili confortevoli e una vista all'esterno nella loro caffetteria. Queste caratteristiche costruiscono l'attaccamento emotivo e descrivono quel

HOSTING

L'hosting fa crescere l'apprezzamento dell'azienda agli occhi dei dipendenti. E' fondamentale che i dipendenti si sentano accolti e supportati in modo da abbattere i muri fra colleghi e connettere le persone al fine di promuovere un uso corretto di strumenti, tecnologia e spazio. Inoltre, i servizi di hosting WorkCafé, sia questo self-service o meno, simboleggia come

e piccole dimensioni. Il team di Steelcase Advanced Applications che ha sviluppato i tre elementi per un progetto di third place di successo:

concetto nebuloso, "ambiente". Gli elementi di un design WorkCafé sono specifici per ogni azienda e marchio. Risulta fondamentale per ogni azienda identificare i propri valori sviluppando una linea di arredi che favoriscano una forte Brand Identity spaziale.

un'organizzazione riconosce le sfide che i dipendenti stanno portando avanti nella loro vita privata, dedicando anima e corpo all'ambiente aziendale.

TECNOLOGIA

Più di ogni altra cosa, i terzi posti aziendali altamente efficaci che ospitano il lavoro reale devono fornire ottime soluzioni tecnologiche. Gli utenti arrivano al terzo posto aziendale per il ristoro e con l'aspettativa che il luogo fornisca ciò di cui hanno bisogno per prestazioni efficaci, quindi la tecnologia deve essere immediatamente disponibile e conveniente. Ogni operatore mobile conosce la frustrazione di un Wi-Fi inaffidabile o di punti vendita limitati. La tecnologia deve essere integrata perfettamente per supportare al meglio le prestazioni per ogni utente, la condivisione delle informazioni, la creazione di contenuti, una collaborazione efficace per lavoratori locali e dispersi, e una migliore esperienza lavorativa.

I Servizi per i lavoratori (alimentazione, wi-fi, supporto alla presentazione, strumenti per la condivisione dei contenuti, ecc.) dovrebbero essere immediatamente accessibili ed è fondamentale una rete efficiente per il supporto dei problemi tecnici da parte dell'hosting. Le aree di incontro sono spesso ingombre da cavi che si aggrovigliano con i rischi di inciampo, motivo per cui il National Electrical Code (NEC) è stato aggiornato in merito alla posizione delle prese di corrente. L'integrazione tecnologica deve essere:

Personale

Le tecnologie integrate possono adattarsi in base alle preferenze personali per massimizzare la produttività dei dipendenti. Ad esempio la tecnologia di pianificazione integrata negli spazi condivisi assiste i lavoratori (da remoto o sul posto) nella scelta del posto migliore per il loro processo e stile di lavoro.

Organizzativa

Una piattaforma tecnologica integrata supporta il monitoraggio, la misurazione e gestione dello spazio per renderlo più funzionale. E' fondamentale avere un database aggiornato sui modelli di utilizzo dei dipendenti per accelerare il processo decisionale sulla gestione dello spazio, comprese le informazioni sui consumi, che possono aiutare a minimizzare i costi energetici.

Capitolo

4



**I COWORKING:
NUOVI SPAZI PER IL LAVORO**

4.1 Cosa sono e quando nascono i coworking

Il primo spazio di coworking propriamente detto è nato a San Francisco nel 2006 ad opera di Brad Neuberg, tuttavia un preliminare coworking fu fondato a Berlino nel 1995. C-base, così chiamato si prestava (e si presenta ancora) come un'associazione di utilità pubblica che è sostenuta da quasi 550 soci. Il suo obiettivo è la diffusione della conoscenza del software, del hardware e della rete di calcolatori. Successivamente tra il 1999 e il 2002 vediamo svilupparsi di questi spazi, ma sarà solo nel 2005 a Londra che nasce il primo Hub, oggi con centinaia di sedi nel mondo, una anche in zona Cenisio a Milano. Infine come detto in precedenza nel 2006 nasce il primo spazio di Coworking come oggi viene identificato a San Francisco. L'incremento di questi nuovi spazi di lavoro è estremamente rapido e in continua ascesa. Pochissime oggi sono le imprese che aumentano i loro numeri triplicando anno per anno, tanto che ad oggi il numero di coworkers, ovvero chi lavora all'interno di questi spazi, è di 480 mila solo in Italia. Ma com'è nata questa idea?

Perché si è sentita l'esigenza di creare un spazio condiviso?

Oggi il coworking è un fenomeno mondiale che all'indomani della crisi economica e finanziaria del 2007 e del 2008, è emerso nelle città proponendosi come una nuova modalità di ambiente dedicata alla collaborazione.²⁶ Questi spazi di coworking e la pratica associata esemplificano nuovi modi di organizzare il lavoro, tuttavia "non sono solo spazi di ufficio condivisi e flessibili" ²⁷ Come sottolinea l'economista C. Spinuzzi, ma sono veri incubatoi di idee



Figura 33. Interni coworking Talent Grden, Milano

e di giovani talenti. Il più delle volte il coworking è indirizzato verso i freelance, che spesso affiancano tale attività con un altro lavoro e per venire incontro a tali utilizzatori, gli orari di questi spazi offrono spesso un servizio 24/7, con modalità di accesso elettroniche e servizi di ronda di guardie giurate, con il risparmio sulle spese di portierato.

Alcuni spazi di coworking sono stati sviluppati da imprenditori di Internet alla ricerca di un'alternativa più stimolante che lavorare nella propria casa o in qualche bar

“Lo sviluppo del coworking risponde alla rivoluzione in atto nel mondo del lavoro.”

Cit Dave Sylvester, CFO Steelcase

²⁶ Merke J., Coworking in the City. Ephemera: theory & politics in organization, 2015, pag: 121-139.

²⁷ Spinuzzi C., Working Alone Together, Coworking as Emergent Collaborative Activity, Article, 2012



● 1995

Viene fondato un primordiale coworking, C-base, Berlino, Germania



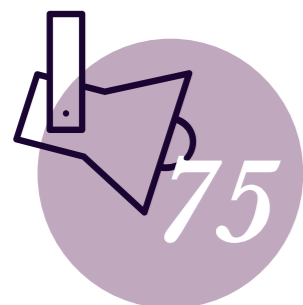
● 1999

Viene istituito uno spazio con scrivanie flessibili in una società di software, New York



● 2002

Viene fondato una community per le imprese, Vienna



● 2007

Il numero di coworking cresce a 75 e i media ne parlano.



● 2006

Apri Citizen Space, i primo coworking, San Francisco



● 2005

Viene inaugurato il primo Hub, Londra



● 2010

600 coworking nel mondo



● 2015

I numeri degli spazi e dei coworkers duplicano a vista d'occhio



● 2018

1 milione di persone lavora in un coworking

Figura 34: I dati dell' infografica provengono dal book "A new era of coworking" promosso dall'azienda Jones Lang LaSalle, anno 2016

della città.^{28 29}

Un sondaggio di circa un decennio fa mostrava come molti dipendenti freelance risentivano della sensazione di lavorare isolati, perdendo così il contatto con le altre persone, tuttavia circa un terzo dei lavoratori pubblici preferiva lavorare in casa invece che nel luogo di lavoro.³⁰

datore di Talent Garden - risponde alla rivoluzione in atto nel mondo del lavoro. Una ricerca Forbes stima che il 40% della forza lavoro dei paesi occidentali diventerà freelance e se si aggiunge il nuovo concetto di smart working, si delinea facilmente come si sta modificando la dimensione lavorativa. Il nostro coworking sta passando da una nicchia a un nuovo modo di lavorare".

NEL 2020 40% DEI LAVORATORI SARA' FREELANCE

Il coworking appariva come una soluzione ottima poiché offriva una reale dimensione fisica al lavoro, sottraendo molti freelance al problema dell'isolamento e dalle distrazioni del mondo domestico.^{30 32}

"Lo sviluppo del coworking - spiega Davide Dattoli amministratore delegato e cofon-

²⁸ Von Bergen J., A Step Up From Working In PJ's, in Philadelphia. Articolo, 2007

²⁹ Williamson K., Shared offices growing in S.F., Peninsula, San Francisco Examiner, 2007

³⁰ Reed B., Co-working: the ultimate in teleworking flexibility, in Network World. 2007

³¹, Jennifer L., Collective Turf Coworking Set to Open in Urbana, Archiviato il 7 luglio 2011 in Internet Archive.

³²Genevieve DeGuzman and Andrew Tan., Working in the UnOffice: A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits, 2011

4.2 I servizi che offre uno spazio di coworking

Con il termine coworking si indica la condivisione di un ambiente di lavoro fra persone di aziende diverse e liberi professionisti per un tempo più o meno lungo. Gli spazi di coworking possono essere gestiti da privati o aziende e il noleggio della postazione può essere mensile, giornaliero o annuale. Secondo uno studio portato avanti da Mycowo³³ il prezzo medio giornaliero si aggira intorno ai 25€ mentre quello annuale è il 263€. Coworking significa letteralmente lavoro condiviso. Come già detto in precedenza è un nuovo modo di concepire il lavoro che sta portando con sé un vero e proprio cambiamento culturale, economico e sociale. "Questa non è una semplice evoluzione dell'ufficio che abbiamo visto dagli anni Sessanta in avanti - afferma Marco Predari, presidente di Assufficio - Oggi siamo a un vero punto di svolta, concettualmente dobbiamo parlare di anno zero". Abbiamo ben delineato cosa è il coworking e quali sono i suoi punti forza. Ma perché

scegliere uno spazio di Coworking? Quali sono i servizi offerti? Perché scegliere di condividere, più o meno, uno spazio di lavoro invece di affidarsi al classico ufficio al secondo piano? I dati forniti dalla ricerca³⁴ ci dicono che non c'è coworking senza una serie di servizi di base (figura 33). A cominciare dal wifi e dalle postazioni Internet (100%), quindi le sale riunioni (94%), le location per eventi (91%), alle stampanti e fotocopiatrici (86%), e l'area relax-caffè (61%). Questo è il minimo sindacale a cui vanno aggiunti l'organizzazione di eventi (72%) e la formazione (58%). Il lavoro sta cambiando poiché le imprese si avvalgono sempre più di collaboratori esterni; startup e freelance sono in grado di svolgere la propria professione ovunque e in autonomia grazie alle nuove tecnologie, e spazi di condivisi a fronte di affitti troppo alti. "Non è solo il lavoro che cambia ma grazie al coworking è lo spazio che muta le dinamiche lavorative, offrendo la possi-

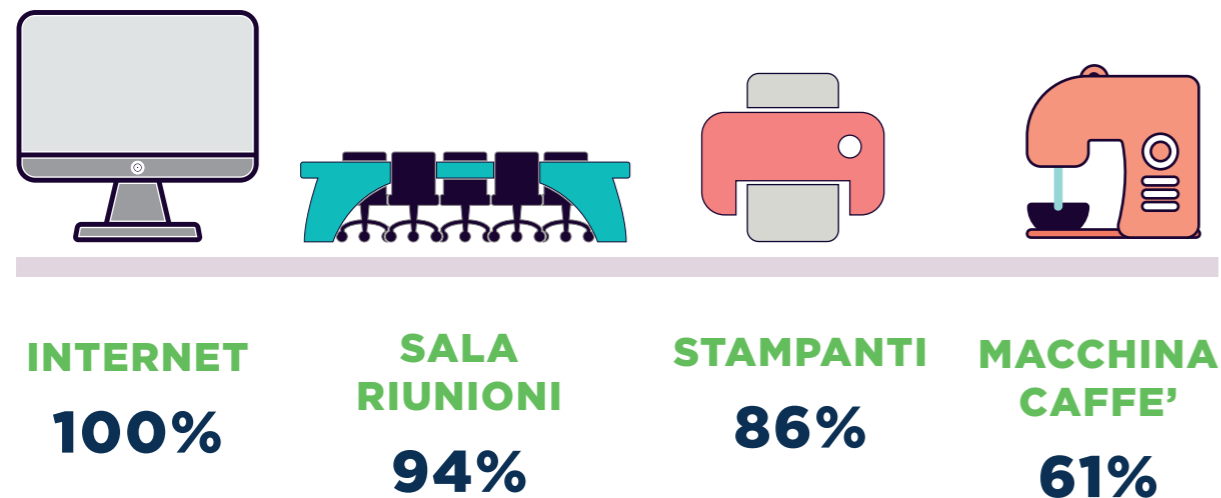


Figura 35: I servizi indispensabili negli spazi di coworking. I dati dell'infografica provengono da due fonti: una ricerca svolta da Mycowo sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni e da un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers e le loro esigenze.



Figura 36: Cosa spinge le persone a scegliere uno spazio di coworking. I dati dell'infografica provengono da due fonti: una ricerca svolta da Mycowo sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni e da un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers e le loro esigenze.

bilità di abbattere i costi fissi di gestione di un classico ufficio, la flessibilità d'impiego degli spazi e degli strumenti di lavoro, ma soprattutto l'opportunità di creare una (o più) comunità nella quale riconoscersi e dalla quale sentirsi riconosciuti, che abbia come obiettivo una convivenza sociale e professionale." questo quanto dice Pietro

Cotrupi, 37 anni, fondatore di Incowork, Milano. Altri elementi che veicolano la scelta al coworking rispetto a un tradizionale ufficio (figura 34) sono la flessibilità dei tempi lavorativi (86%), la possibilità di interagire con altre persone di diversi ambiti lavorativi (86%) con la conseguenza condivisione

³³ Mycowo ha completato nel 2018 una ricerca sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni. La ricerca completa prevede un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers, le loro esigenze e i servizi forniti dai coworking.

³⁴ Italian coworking survey 2018, disponibile nel sito ufficiale: italiancoworking.it/italian-coworking-survey-2018/

della conoscenza (82%) al fine di creare nuove opportunità lavorative(79%), senza dimenticare il basso costo dell'affitto (61%). Condivisione, collaborazione e network: sono pratiche già acquisite grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali ma oggi diventano un modello lavorativo diverso da quello che la crisi ha dimostrato non funzionare più. Il coworking è il lavoro ripensato in chiave

E' LAVORO IN CHIAVE COLLABORATIVA

collaborativa dove al centro torna l'uomo non troppo vincolato da orari ma motivato da obiettivi da raggiungere.

Al'interno di questi spazi ci sono moltissime zone per soddisfare le diverse esigenze: è possibile fare una chiamata senza essere disturbati e disturbare, rilassarsi in gruppo, preparare un pranzo con gli amici o rinchiudersi nell'ufficio per un lavoro più autonomo.

Di fondamentale importanza è sottolineare come l'interazione tra le persone quasi sconosciute possa creare nuovi network lavo-

rativi. E' quello che nel capitolo precedente è stato denominato "la forza dei legami deboli" ma che è giusto ribadire per enfatizzarne l'importanza: legami deboli, secondo Mark Granovetter³⁵ sono la chiave dell'innovazione, infatti è proprio l'incontrando uno semi sconosciuto che innesca nuove opportunità. Questo è il motivo principale per cui è nato il Workcafé in Steelcase o il CaffèLab a Google ed è questo un buon motivo per lavorare all'interno degli spazi di coworking. Quali sono i principi che questi spazi vogliono trasmettere ai loro utenti?

Secondo Werhouse fare coworking vuol dire:

CO_NDIVIDERE: lo scambio di conoscenze, nell'era della precarietà, non passa più soltanto attraverso Internet; avviene attraverso la condivisione anche di spazi fisici in cui mettere a fattore comune strumenti di lavoro, contatti, professionalità, progetti;

CO_LLAVORARE: creare collaborazioni tra professionisti che svolgono attività simili e diverse; far nascere nuove sinergie;

CO_STRUIRE: moltiplicare alleanze, collaborazioni su attività, committenze, progetti;

CO_NNETTERE: fare rete; uscire dalla condizione di isolamento che molto spesso è propria del freelance (specie coloro che lavorano da casa) e creare una comunità multi-professionale costituita da persone che condividano i valori di apertura verso l'altro, collaborazione professionale, curiosità intellettuale.

Recentemente è nato italian Coworking, che oltre ad essere la più stimata fonte di

dati relativi allo sviluppo, utilizzo e benefici di questi spazi (ideatori di Italian survey Coworking 2018), hanno ideato una piattaforma web che aiuta gli utenti a cercare la migliore scrivania nella propria città. Il sito si propone come una specie di Arb&b di spazi di coworking: sfogliando la pagina web e mettendo il filtri di ricerca come città, tipo di scrivania, costo giornaliero è possibile trovare uno spazio di lavoro condiviso con postazioni, uffici, sale meeting o un evento con la più completa lista di strutture innovative, esattamente 700 coworking e altri spazi di innovazione in Italia. "Il coworking non si basa semplicemente su una scelta economica, ma bisogna abbracciare la visione per cui lavorare in questi luoghi mette in contatto con realtà differenti e fa convergere competenze e talenti."

Altre motivazioni portano i giovani lavoratori a scegliere questa nuova modalità di lavoro: Oltre che esigenze in termini di servizi la natura del coworking sta nel soddisfare due tendenze importanti e significative nei rapporti di lavoro.

La prima tendenza si riferisce all'incremento del "Creative knowledge work"³⁶ quello che Scott Turner definiva come la conoscenza dei creativi, quali designer, web designer, grafici ecc., che necessitano diversi spazi e tempi lavorativi. Tuttavia questa teoria si è oggi adeguata ai più sva-

DIVERSE ZONE PER DIVERSE ESIGENZE LAVORATIVE

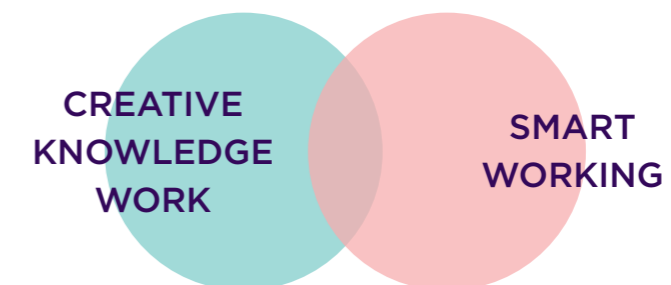
riati campi lavorativi, tanto che se prima i coworking nascevano come spazi per designer oggi supportano una molteplicità di settori lavorativi.

La seconda tendenza è l'aumento del lavoro indipendente, ovvero dello Smart Working e della sua conseguente autogestione (parziale) di tempistiche lavorative, di cui si già ampiamente parlato nel capitolo 2.

Al centro di queste due diverse tendenze è possibile localizzare lo spazio di coworking.

“Eppure tutto questo non basta se il coworking non diventa un acceleratore di opportunità.”

Cit Pietro Cotrupi, 37 anni, fondatore di Incowork, Milano



³⁵ Granovetter M., La forza dei legami deboli e altri saggi, Liguori Edizioni, 1998

³⁶ Scott R. Turner. Un modello informatico di narrazione e creatività, 1994, pag 565-578.

4.3 Diffusione nel territorio italiano

A quanto afferma l'Italian CoWorking Survey 2018, a circa un decennio dallo sbarco del coworking in Italia, il numero di spazi, operatori, addetti e fruitori è cresciuto fino a superare quota 550 su tutto il territorio nazionale. Il che significa uno spazio ogni circa 108 mila abitanti. Troviamo una maggior densità di spazi al nord città (figura 33 -34) con una maggiore densità sono Milano (88 coworking), Bologna (12), Roma (29) quindi Torino (16) Firenze (14) e Venezia (13). Quanto al numero dei coworkers, ovvero i lavoratori del settore, è difficile fare delle stime, ma come riportano i dati dello studio Mycowo ³⁸ vediamo gli uomini con una presenza del

69 % superare le donne al 38%. E' invece molto più facile delineare l'identikit dei coworker: come spiega una ricerca dell'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano la stragrande maggioranza dei frequentatori più assidui (96%) sono professionisti, free lance, artigiani, quasi sempre a partita Iva. Tutta gente che non può o non vuole lavorare a casa o in un ufficio tradizionale. In molti casi si tratta di lavoratori nomadi che passano il tempo presso i loro clienti ma che sentono il bisogno di una base, una scrivania dove appoggiarsi una volta al giorno o anche solo due o tre volte alla settimana. Ma sono tanti anche coloro che frequentano gli spazi di coworking con

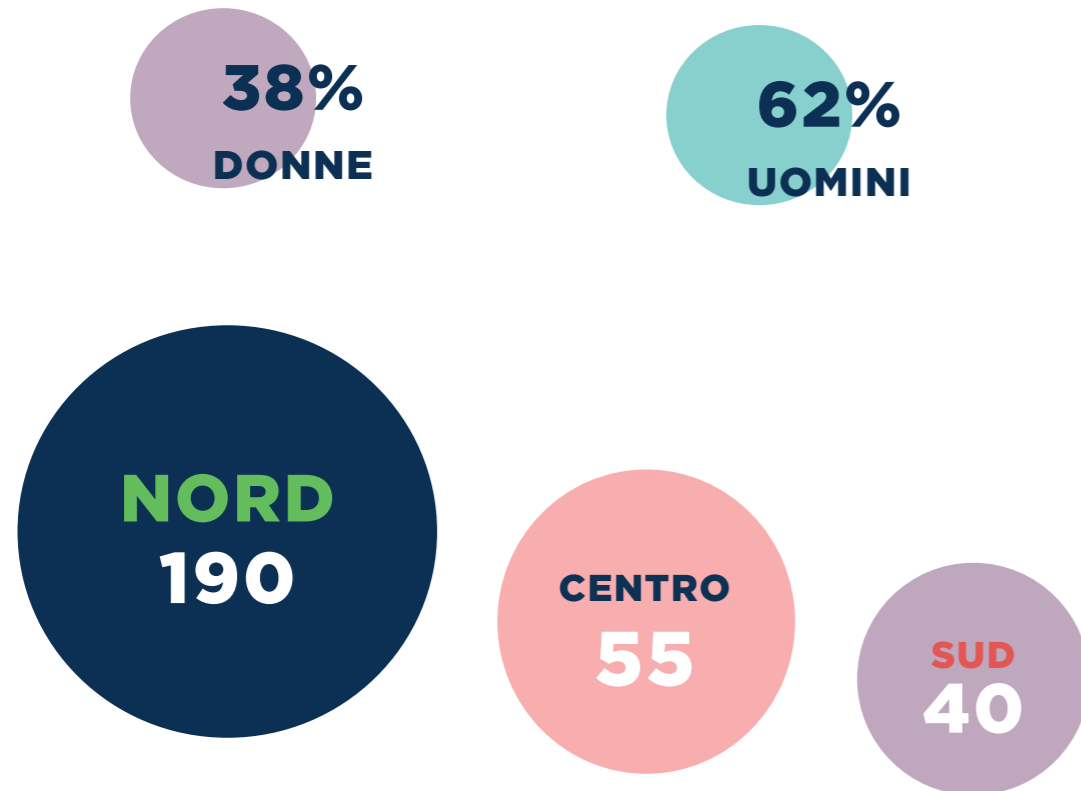


Figura 37: I dati dell' infografica provengono da due fonti: una ricerca svolta da Mycowo sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni e da un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers e le loro esigenze.

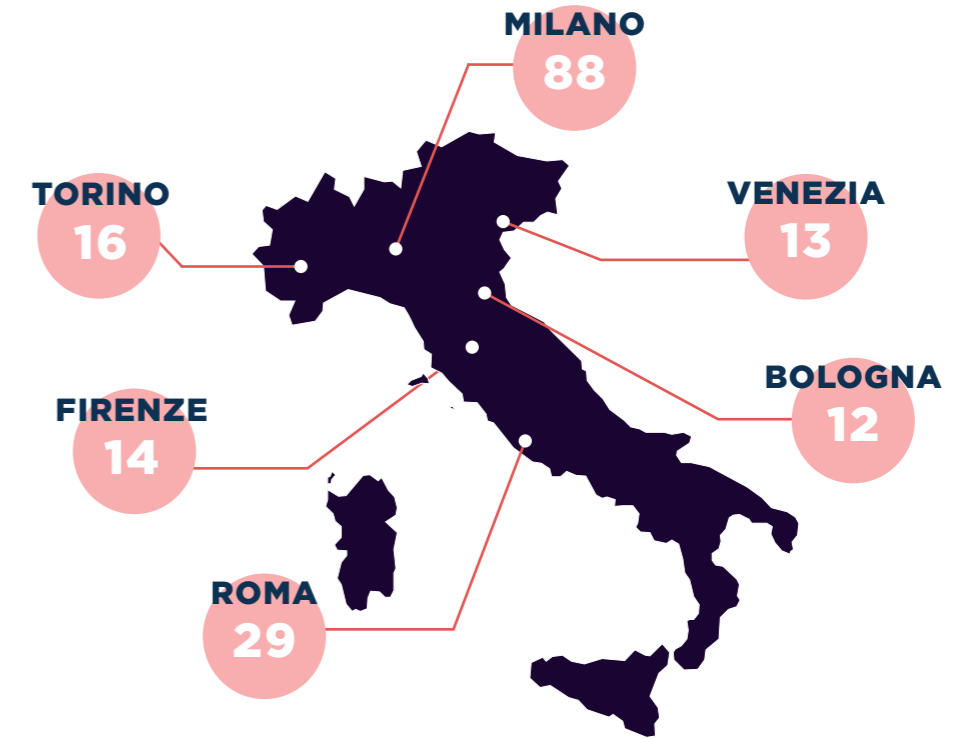


Figura 38: I dati dell' infografica provengono da due fonti: una ricerca svolta da Mycowo sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni e da un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers e le loro esigenze.

i ritmi di un ufficio tradizionale. "Eppure tutto questo non basta - osserva Pietro Cotrupi, 37 anni, fondatore di In-cowork, catena nata all'inizio del 2016 che oggi conta 5 sedi a Milano e in Lombardia con oltre 200 postazioni - se il coworking non diventa un acceleratore di opportunità". Quello del coworking è un business complesso, e il report³⁴ lo dimostra: nel 2017 solo il 30% degli spazi ha un bilancio in

attivo e potenzialmente genera profitti. Percentuale che scende ulteriormente per i coworking settoriali (destinati a specifici gruppi) e per quelli a vocazione sociale. A rischiare di più sono quelle realtà che guardano al coworking come un aspetto accessorio del proprio business plan. Aziende che, attraverso questo sistema, puntano a ricercare nuovi clienti, o ad aumentare la propria visibilità, o ancora a ridurre le spese della propria struttura.

³³ Mycowo ha completato nel 2018 una ricerca sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni. La ricerca completa prevede un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers, le loro esigenze e i servizi forniti dai coworking.

³⁴ Italian coworking survey 2018, disponibile nel sito ufficiale: italiancoworking.it/italian-coworking-survey-2018/

Di fatto gli spazi che si occupano principalmente di coworking sono poco più del 15%. Esiste poi una sorta di "break even point", una linea temporale di 3 anni che va superata. Al di là di questa, la maggioranza dei coworking è in attivo, ma già dopo il secondo anno di attività la quota dei coworking in perdita scende significativamente. Il periodo varia comunque a sconda del target clienti.

Anche il denaro investito ha ovviamente la sua importanza. La cifra media si aggira

intorno ai 50 mila euro. Solo poco più del 13% investe dai 100 mila euro in su. Questo contribuisce a spiegare parte della redditività complessiva dei coworking italiani: chi investe di più sembra infatti avere più chances di redditività.

In Italia il fenomeno è nato sulla scia del modello americano, anche se inizialmente rispondeva più allo spirito dell'improvvisazione e della solidarietà che non a quello del mercato. Uffici troppo grandi venivano suddivisi in modo che la parte inutilizzata

fosse data in affitto temporaneo a freelance o avventori di passaggio, in cambio di rette flessibili ed economiche. L'evidente crescita di domanda ha permesso di passare dalla fase sperimentale a quella attuale, diversificando l'offerta e aprendo il mercato a soluzioni diverse e nuove.

Il fenomeno del coworking è arrivato in Italia tra il 2008 e il 2010 e si è sviluppato seguendo tre strade:

DIVISIONE DI GENERE E PROFESSIONE NEI COWORKING ITALIANI

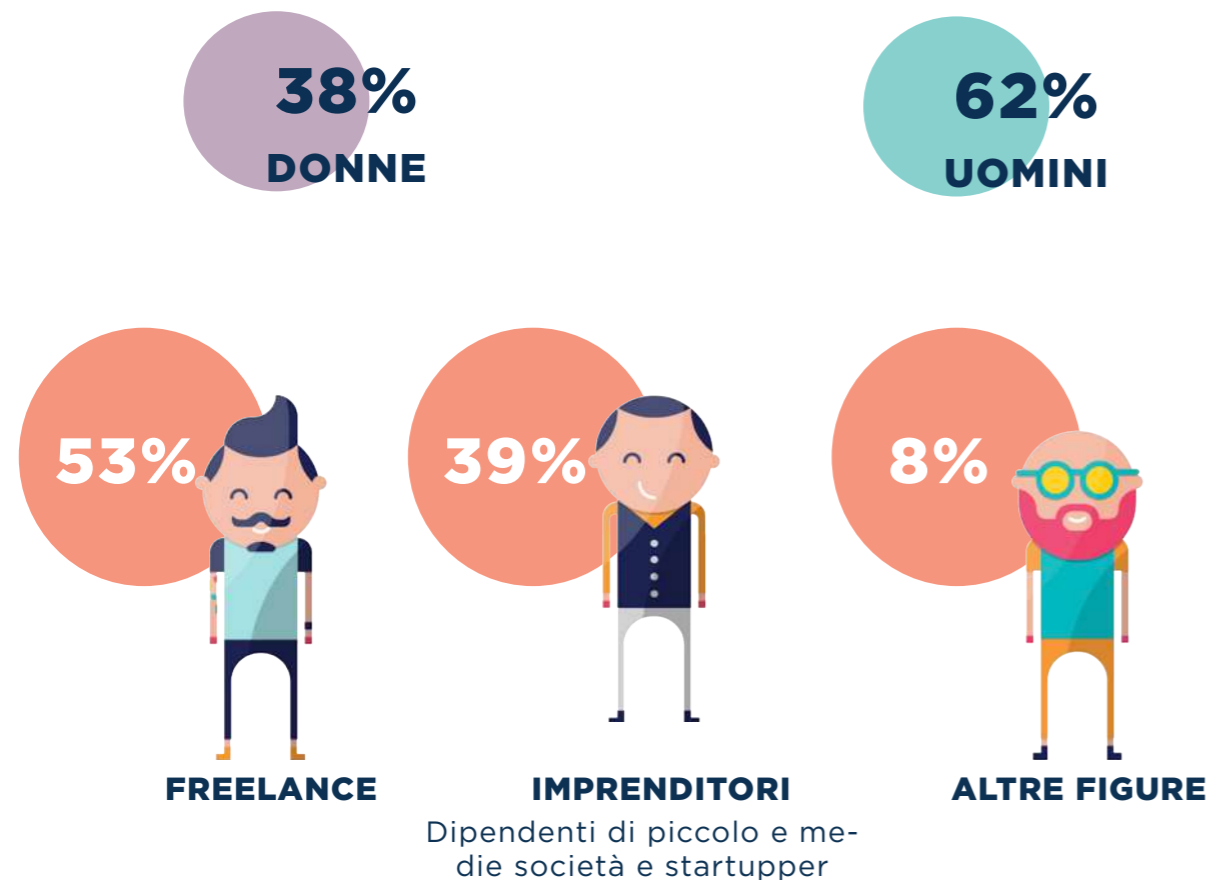


Figura 39: I dati dell'infografica provengono da due fonti: una ricerca svolta da Mycowo sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni e da un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers e le loro esigenze.

**COWORKING
IBRIDO**

Il coworking ibrido: uno spazio nato come ufficio tradizionale e riadattato per assolvere le funzioni di uno spazio condiviso (è il caso, per esempio, di Cowo la prima rete di coworking aperta in Italia nel 2008);
Coworking nativo: un'attività pensata fin

**COWORKING
NATIVO**

dal principio come coworking e sviluppata in Italia Il primo esempio è stato Toolbox Coworking, aperto a Torino nel 2010, con 1000m² di spazi condivisi.

Nel 2016 il fenomeno del coworking ha raggiunto, solo in Italia, 300 spazi attivi [26]

**COWORKING
IMPORTATO**

Il coworking importato: un network estero già avviato e funzionante che ha aperto filiali anche in Italia. Esempio è The Hub, poi divenuto Impact Hub, aperto a Milano nel 2010);

“Il coworking è un acceleratore di opportunità”

Cit di Pietro Cotrupi,
fondatore di Incowork, Milano.

e si stanno espandendo a macchia d'olio e sempre nello stesso anno una pubblicazione dell'IRES Piemonte ha indicato gli spazi di coworking come una delle strade percorribili per porre rimedio all'abbandono dei vuoti post-industriali [27]. Nei primi mesi 2018 gli spazi di coworking censiti dalla prima Italian Coworking Survey risultano oltre 550[28], mentre già a fine 2018 la piattaforma nata dalla survey Italian

Coworking in collaborazione con ForumPA registrano oltre 660 spazi operanti in Italia. Un'evidente conseguenza di questa enorme diffusione è la realizzazione del ITALIAN COWORKING SURVEY 2018 sullo stato dell'arte dei coworking italiani e dell'ideazione del sito italiancoworking.it, sempre all'interno del survey italiano, il sito si propone come un specie di arbnb che aiuta gli utenti a trovare e prenotare la propria postazione di lavoro, geniale!
“Si sceglie il coworking - ha spiegato Dattoli - non tanto per i costi che vengono resi variabili ma soprattutto per la possibilità di interagire e condividere le conoscenze con altre persone e di organizzare i tempi di lavoro secondo le proprie esigenze. Sempre più spesso all'interno dei campus si trovano anche fablab, piccole fabbriche digitali utilizzate per trasformare le idee in prodotti concreti”. Dal punto di vista degli operatori non mancano le sfide:

“Le strategie messe a punto dagli operatori del settore a livello mondiale sono differenti. Se alcuni puntano su comunità di nicchia, come scrittori o designer, o si sono focalizzati su di una determinata tipologia di lavoratori, ad esempio le donne, altri scelgono la diversificazione, accogliendo

nei propri spazi un mix di startup, piccole e grandi imprese, e lavoratori indipendenti. Molte aziende italiane sembrano aver capito le potenzialità mandarci i propri dipendenti, nella convinzione che la contaminazione li faccia crescere e li renda più produttivi”.

INVESTIMNETO

INIZIALE

MEDIO

100 MILA €

BILANCIO SPAZI DI COWORKING ITALIANI

2018

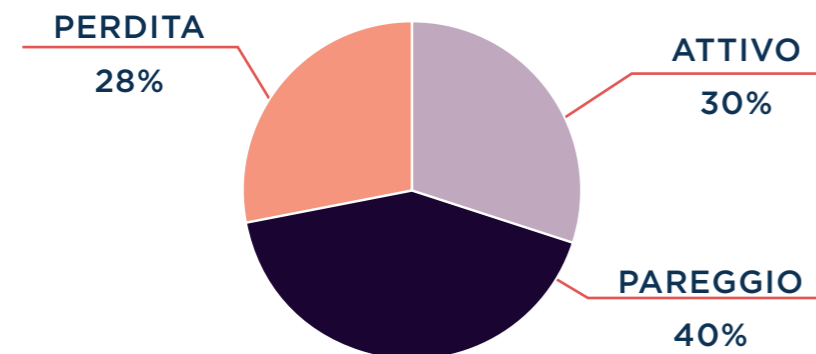


Figura 40: I dati dell' infografica provengono da due fonti: una ricerca svolta da Mycowo sulla distribuzione geografica dei coworking e il costo medio delle postazioni e da un'indagine effettuata da Desk mag sull'identikit dei coworkers e le loro esigenze.

4.4 Il target di utenti: Millennials e Generazione Z

I Maggior frequentatori di questi spazi sono principalmente i Millennials i quali hanno già esperienza nel mondo del lavoro e i giovani della Generazione Z i quali si approcciano per la prima volta a questa realtà. All'interno di questi spazi troviamo un grande numero di freelance, fondatori di start up ma anche professionisti che necessitano di uno spazio informale.

Entrambi i cluster di riferimento sono abituati a una dose massiccia di innovazione e di tecnologia e hanno facilità a reperire qualsiasi grado di informazione.

I MILLENNIALS

I Millennials rappresenteranno entro il 2025 il 75% della forza lavoro mondiale, dato molto significativo se si pensi come le dinamiche lavorative stanno evolvendo. Questa previsione deve essere uno stimolo per le grandi imprese a offrire la libertà e flessibilità che i nuovi lavoratori cercano ma anche stimolare ognuno all'intraprendenza, elemento positivo per ogni azienda. I Millennials sono nati tra il 1980-1995 e sono cresciuti ad alti livelli di autostima grazie a genitori che hanno raggiunto l'indipendenza economica con un discreto successo professionale³⁵. Utilizzano costantemente la tecnologia per esprimere opinioni politiche, economiche e sulle tematiche della sostenibilità, partecipano ai flashmob,

aspettano l'happy hour, acquistano low cost³⁶. Internet influenza la loro vita anche offline e sono sempre alla ricerca di innovazione per facilitare ogni processo. Sono degli ottimi compratori e hanno difficoltà a comprare qualcosa a cui non riescono ad affidare chiaramente un valore. Sono consumatori per di più online estremamente molto attivi detti appunto consumatori 2.0 o la prima generazione digitale.

Mettono al primo posto il benessere fisico e mentale, infatti sono i più grandi utilizzatori di app per restare in forma e preferiscono stare in famiglie o con gli amici. I Millennials cercando costantemente un grande appagamento in ambito lavorativo e spesso scelgono una professione al di là delle paghe

alte: per loro l'azienda deve riflettere i valori della loro personalità.

Parlando di numeri: 80% preferisce una filosofia del lavoro che punta sulla collaborazione e il 74% vorrebbe degli orari altamente flessibili, il 70% vorrebbe un tot di ore dedicate al proprio benessere e in fine l'80% vorrebbe partecipare ad attività di team building.

Le donne Millennials sono un cluster estremamente particolare in quanto sono state le prime a sperimentare l'apertura verso il mondo del lavoro e l'equità (più o meno diffusa) all'interno degli uffici. Per questo sono poco disposte a rinunciare alla loro carriera per i figli e cercando soluzioni che riescano ad appagarle pur mantenendo saldi i rapporti familiari.

Infine questa generazione è detta Creative Class dato il grandissimo spirito imprenditoriale che li contraddistingue: sono propensi ad avviare nuovi business online e utilizzano piattaforme di crowdfunding

(vedi Kickstarter) per cercare finanziamenti per i propri progetti.

I Millennials Sono nati in piena rivoluzione digitale ma vivono durante la più grande crisi economica dalla Depressione degli anni '30.

Importante a livello comunicativo è capire il target d'acquisto di questa generazione, al fine di riuscire maggiormente ad inglobarli nei progetti. Le loro caratteristiche sono:

- Shopping selettivo
- Acquistano per costruire un'identità o far parte di un gruppo
- Sono abituati a conservare i soldi per permettersi qualcosa di costoso, per i piccoli sfizi si rivolgono a marchi low cost
- Prenotano vacanze online vanno a caccia di coupon e offerte speciali online.
- Acquistano meno frequentemente
- Sono prudenti nelle scelte di spesa
- Ambizioni, condividono e amano il cambiamento

ENTRO IL 2025 SARANNO IL 75% DELLA FORZA LAVORO

80% PUNTA SULLA COLLABORAZIONE

74% ORARI FLESSIBILI

70% ORE PER IL PROPRIO BENESSERE

³⁵ Gianquinto M. e Battocchi M., Coworking e Smart Working, nuove tendenze del mondo lavorativo, Roma, EPC editore, 2018

³⁶ Federica Brancale (4/4/2017). Articolo ricavato dal sito themarketingfreaks.com

LA GENERAZIONE Z

La generazione Z è definita dai nati tra il 1995 e il 2010, non vi sono oggi dei dati molto precisi per contestualizzare questo cluster data la giovane età. Ciononostante le Gen Z ha iniziato ad utilizzare la tecnologia in età giovanissima ovvero durante infanzia/adolescenza e per questo conoscono e utilizzano quotidianamente dispositivi tecnologici ed interagiscono in modo massiccio con i social media, che incidono per una parte significativa nel loro processo di socializzazione. Alcuni studiosi³⁷ affermano che essere cresciuti durante la crisi familiare e aver vissuto con un regime di austerità, abbia infuso in questi giovani un senso di sconforto e un atteggiamento insicuro nei confronti del futuro.

Nonostante questo background negativo, i ragazzi sono spinti da voglia di fare fin in tenera età. Sono frequentatori assidui di YouTube che consultano a scopi formativi per ogni ambito, infatti la Generazione Z entra in ambito lavorativo con competenze più ampie e diversificate rispetto a quella dei Millennials ottenute tramite la curiosità e la sete di conoscenza.

Come detto in precedenza vivono a stretto

contatto con la tecnologia quindi a lungo andare rappresenteranno una grandissima fonte di investimento per tutte le aziende che operano nel settore tech e delle comunicazioni.

Questa generazione ha osservato da vicino gli amici Millennials trasformare startup in solide attività e per questo si può notare una propensione alla libertà sotto l'aspetto lavorativo, ovvero una trasformazione dei propri hobbies in vere professioni (il 75% vuole trasformare i propri Hobbies in lavoro).

Fondamentale per questa generazione è trovare un lavoro stimolante con orari flessibili e benefit che possono migliorare lo stile di vita.

Dati significativi riguardo al lavoro caratterizzano questa generazione: il 60% dei Gen Z vuole lasciare un segno nel mondo, il 72% vorrebbe avviare una propria attività e il 61% vuole diventare un imprenditore post laurea.

Importante sottolineare il Pluralismo che contraddistingue questa generazione, infatti si presentano come persone estremamente tolleranti rispetto ai loro genitori: il genere, la razza e la religione non rappre-

sento più il criterio di giudizio, quindi l'interesse si sposta su aspetti individuali non anagrafici. Sono individui che credono che le differenti posizioni creino un plusvalore capace di arricchire la società, per questo la condivisione e il lavorare in team diventano essenziali nel mondo del lavoro.

CURIOSITA' E SETE DI CONOSCENZA

80% PUNTA SULLA COLLABORAZIONE

74% ORARI FLESSIBILI

70% ORE PER IL PROPRIO BENESSERE

³⁷ Gianquinto M. e Battocchi M., Coworking e Smart Working, nuove tendenze del mondo lavorativo, Roma, EPC editore, 2018

³⁸ Richard L. Florida (2003). L'ascesa della classe Creativa, Stile di vita, valori e professioni. Editore Mondadori



LA CREATIVE CLASS

Da questa analisi si può giungere alla conclusione che entrambe le classi hanno un forte desiderio di affermare se stesse e lasciare un segno in ambito lavorativo seguendo modelli di lavoro non convenzionali. Sono in sintonia riguardo alla grande attenzione che ripongono per la salute mentale e gestione dello stress ed è per questo che cercano ambiti lavorativi dove possano anche meditare e svolgere attività di gruppo. Sono definiti entrambi Creative Class³⁸ ed hanno un continuo bisogno di creare contenuti personali e condividerli nei social. Secondo il professore Richard Florida, la creatività oggi è un motore per generare cambiamento non sono degli stili di vita o nella gestione del tempo libero, ma anche nelle attività produttive e nel lavoro. Inoltre sostiene che la creatività è la maggior forza che può determinare la crescita economica nei diversi paesi. Queste due generazioni hanno un evidente propensione alla self expression, ovvero la libertà di essere se stessi all'interno di una comunità costituita da singoli. La flessibilità mentale diventa così una proprietà della creative class sempre più orientata alla manifestazione dei valori individuali.

"To you do you", ovvero "sei tu a creare te stesso" diventa un mantra per queste nuove

generazioni che non percepiscono più i confini della sfera privata poiché ogni cosa può permeare ovunque. I giovani sentono di avere una visione innovativa e poco inclini

TO YOU DO YOU

alle regole, hanno una mentalità brillante e giocosa, una playful mind che necessita di essere divertita e mai infastidita con informazioni superflue. Per questo motivo i membri della Creative class prediligono le informazioni con l'ausilio di simboli, colori e gif animate. La comunicazione estende il campo alle immagine figurative o a brevi parole che esprimono concetti con parole chiave. Fondamentale per questa classe sono le tempistiche, infatti parliamo di individui che utilizzano il massimo grado di attenzione per il minor lasso di tempo possibile: massimo 15 min di attenzione sono consentiti nel modus operandi dei Millennials.

“La creatività oggi è un motore per generare cambiamenti nelle attività produttive e nel lavoro. E' la maggior forza che può determinare la crescita economica nei diversi paesi.”

Cit Richard Florida



4.5 Il cluster di utenti: Nomad worker, Techno worker e Easy worker

I NOMAD WORKER

I Nomad worker sono dei lavoratori indipendenti con uno stile di vita che li porta a viaggiare costantemente in giro per il mondo. Secondo Kumar ³⁹ Per poter passare a uno stile di vita nomade digitale si necessitano di tre cose:

- Un flusso di entrate che puoi mantenere al 100% da remoto.
- Un laptop e una buona connessione internet ovunque necessiti di lavorare.

- Una solida conoscenza della finanza personale e della gestione dei flussi di cassa per vivere con i propri mezzi.

Grazie alla possibilità di lavorare in remoto, possono svolgere la loro professione in qualunque parte del mondo non essendo vincolati da rapporti con fornitori, clienti, meeting ecc. Sono persone estremamente curiose e indipendenti che amano mettersi in gioco. Una volta che arrivano in una città

spesso utilizzano come base operativa del loro lavoro gli spazi di coworking, biblioteche o luoghi che offrono la possibilità di lavorare in rete.

Le loro parole chiave sono: pc, tablet, cloud e remoto.

Anche se questo stile di vita può sembrare accattivante, non mancano le problematiche quali: la continua ricerca di connes-

sioni internet affidabili, le assicurazioni sanitarie necessarie per i continui spostamenti e l'adattamento ai diversi fusi orari. Da non sottovalutare che la continua fusione fra vita lavorativa e privata causa ai nomad worker un elevato stress dovuto anche alla complicata distanza con famiglia e amici.



I TECHNO WORKER

I Techno worker utilizzano la tecnologia come mezzo principale per organizzare la loro vita lavorativa. Sono persone con uno stile di vita più stazionario rispetto ai Nomad worker ma fortemente connotato da l'elemento digitale per svolgere le attività che la giornata lavorativa richiede. Una giornata lavorativa tipo include l'utilizzo di molti device come smartphone, pc, tablet, gestione da remoto

del lavoro ma anche della casa. Infine utilizzano i software più qualificati e non si affidano alla basa qualità.

I EASY WORKER

Gli Easy worker sono persone con un lavoro estremamente creativo, sono soggetti che hanno un atteggiamento curioso e divertito nei confronti di ciò che li circonda e sono costantemente aperti a nuovi stimoli.

La creatività gli porta a rompere con modelli standard e a superare gli schemi di lavoro convenzionali attuando nuovi layout creativi che meglio assecondano le loro esigenze.

Prediligono setup informali, user friendly e attività di brainstorming, inoltre hanno un

continuo bisogno di comunicare e di condividere le proprie esperienze, per questo richiedono un costante accesso ai social network e una massiccia presenza di tecnologia in ufficio.



4.6 Coworking a Milano

1 Copernico 38, Milano

Copernico 38 non è semplicemente un coworking con diverse postazioni d'ufficio, ma si propone come un vero e proprio ecosistema lavorativo dove gli spazi di lavoro sono interconnessi per creare un legame tra professionisti, freelance, startup, e corporation. Di grande importanza sono le startup nate tra i vari spazi all'interno di Copernico che hanno poi dato identità e consistenza a loro brand creando un vero ufficio tra le mura.

Il palazzo è dotato di ogni genere di comfort: gli uffici sono arredati con gusto e sinergia creando un ambiente estremamente professionale ma elegante che ben comunica con

**NO CONNESSIONE
MA
INTERCONNESSIONE**

tutti i supporti tecnologici che si trovano all'interno. I servizi sono h24 quindi prevedono un'assistenza professionale con caffetterie e ristoranti per soddisfare qualsiasi esigenza.

Decine di spazi sono dedicati alle sale meeting negli oltre 40.000 metri quadrati di stabilimento, dove il numero di aziende supera la cifra 1.000: un grande bacino di persone con cui fare affari.

Tuttavia lo spazio Copernico non si concentra solo nella Sede a Milano Centrale, lo troviamo anche in via Tortona 33 e nella nuova sede a Isola. Le altre sedi sono distri-



Figura 41: Interni coworking Copernico 38, Milano

buite per tutta l'Italia e comprendono 12 building in 5 città, 5.000 postazioni di lavoro, più di 4.000 member, si aggiungono 85 sale meeting, 400 eventi all'anno, un teatro, un ClubHouse e un Rooftop Garden: gli spazi diventano luoghi di condivisione che generano opportunità e community.

Il servizio che il coworking mette a disposizione prevede 3 tipologie di desk (figura 12): il desk fisso è una scrivania privata con accesso 24/7; il desk giornaliero invece prevede solo un accesso in una scrivania condivisa e infine il desk part time che prevede 20 ore alla settimana dal lun-ven

“L'ufficio individuale è impermeabile allo scambio e diventa un limite alla crescita. Nell'ecosistema Copernico gli spazi sono aperti e interconnessi.”

Cit Pietro Martani, CEO di Copernico



Figura 42: Interni coworking Copernico 38, Milano

DESK

Full time

Scrivania
singola

Accesso 24/7

DESK

Part time

Scrivania
singola 20 ore a
settimana
lun-ven 8:30-19:30

DESK

Giornaliero

Scrivania
condivisa

Accesso giornaliero



Figura 43: Interni coworking Copernico 38, Milano

dalle 8:30-19:30.

Come afferma Pietro Martani, CEO di Copernico. "L'ufficio individuale, chiuso e impermeabile allo scambio diventa un limite alla crescita. Nell'ecosistema Copernico gli spazi sono aperti e interconnessi. Anche l'ufficio servito e personale condivide l'esperienza di tutta la community."

In questa lunghezza d'onda la condivisione super il pure sharing e diventa connessione per continue opportunità lavorative. Chi sceglie Copernico quindi non lo fa solo per gli ottimi servizi ma perché vuole fare crescere il proprio business. Il coworking non è un nuovo solamente una nuova modalità di lavoro ma un valido trampolino di lancio. "Ogni momento è occasione di nuovi incontri -afferma Michele Barberi, sales management di Copernico 38 -che altrimenti

non sarebbero avvenuti. Fare ecosistema è anche questo: avvicinare esperienze distanti, mettere in connessione profili professionali differenti. Obiettivo di Copernico è creare spazi di smart working che mettano in connessione intelligenze di ambiti diversi e complementari con investitori privati e istituzionali: per generare nuove idee, progetti e imprese."

Tutti i format Copernico sono, quindi, alimentati dal favorire questa connessione per generare nuovo sapere. Nelle ClubHouse intervengono opinion makers. Nei MainHub si confrontano in eventi, workshop, incontri informali aziende di tutte le dimensioni. Nei MiniHub le eccellenze del territorio trovano un trampolino di lancio.

“Ogni momento è occasione di nuovi incontri. Fare ecosistema è anche questo: avvicinare esperienze distanti, mettere in connessione profili professionali differenti.”

Cit Michele Barberi, sales management di Copernico 38



Figura 44: Interni coworking Copernico 38, Milano

2 Talent Garden, Milano

Talent Garden Calabiana con una superficie di quasi 8.500 metri quadrati ad oggi è il più grande campus della rete Talent Garden. Gli altri quartieri si trovano a Pordenone, Bergamo, Roma, Genova, Torino, Cosenza, Pisa e Brescia dove nel 2011 è stata fondata la prima sede.

Questo coworking è la più grande piattaforma fisica in Europa di networking e formazione per l'innovazione digitale, che oggi conta 23 campus, una quotazione a Piazza Affari, la distribuzione in 8 Paesi (Albania, Austria, Danimarca, Italia, Irlanda, Lituania,

INNOVATION SCHOOL

L'INNOVATIONE DIGITALE

Romania, Spagna) e migliaia di talenti, tra startup, freelance, aziende e grandi società. Quello di Milano è situato nel dinamico quartiere di Porta Romana ospita spazi di coworking innovativi e la Innovation School, il ramo specializzato in formazione digitale. Questa parte dell'impresa nasce nel 2015 e si trova attiva nel settore della formazione aiutando studenti, professionisti e aziende a sviluppare le proprie competenze digitali per crescere e diventare leader in un mondo in continua evoluzione.

I programmi offerti includono Master Full Time per giovani e Master Part Time per



Figura 45. Interni coworking Talent Garden, Milano

professionisti che vogliono aggiornare le proprie competenze, ma anche Masterclass e programmi di Digital Transformation per aziende. Tutti i corsi si basano su modelli di formazione estremamente innovativi.

Talent Garden è un network europeo e ospita più di 3.500 innovatori e per soddisfare le richieste lo spazio ha attuato un servizio 24/7 dove è possibile trovare spazi per il lavoro, sale riunioni, aule per corsi, laboratori. Tra questi laboratori è presente The Fablab, un centro di ricerca e sviluppo e un laboratorio di fabbricazione digitale condiviso liberamente ed accessibile dai

“Connettiamo gli innovatori del digitale con imprenditori e grandi aziende attraverso l’organizzazione di hackathon, conferenze, festival, workshop e meetup in tutta Europa”

Cit Davide Dattoli, fondatore e CEO



Figura 46: Interni coworking Talent Garden, Milano

membri della community. Dotato di straordinarie tecnologie digitali (stampanti 3D, frese CNC, robot, lasercutter, Arduino), The Fablab è il luogo ideale dove prototipare i tuoi progetti e dare forma alle tue idee. Talent Garden è uno spazio altamente denso di innovazione digitale, infatti lo scorso febbraio ha installato il primo bancomat Bitcoin di Robocoin, unica azienda produttrice di ATM per la criptomoneta. Oltre che innovazione digitale all'interno di questo spazio è possibile trovare il TAG Café, un bar e un bistrot contemporaneo dove vengono proposti centinaia di eventi ogni anno. Il campus accoglie oltre 450 professionisti al giorno ed è parte del network Google for Entrepreneurs. All'intero del coworking troviamo imprese dal nome di Mini, Poste Italiane, Ceres ecc le quali lavorano in uno spazio completa-

THE FAB LAB CENTRO RICERCA E PROTOTIPAZIONE

mente brandizzato a loro disposizione. "Da sempre connettiamo gli innovatori del digitale con imprenditori, investitori e grandi aziende attraverso l'organizzazione di hackathon, conferenze, festival, workshop e meetup in tutta Europa-afferma

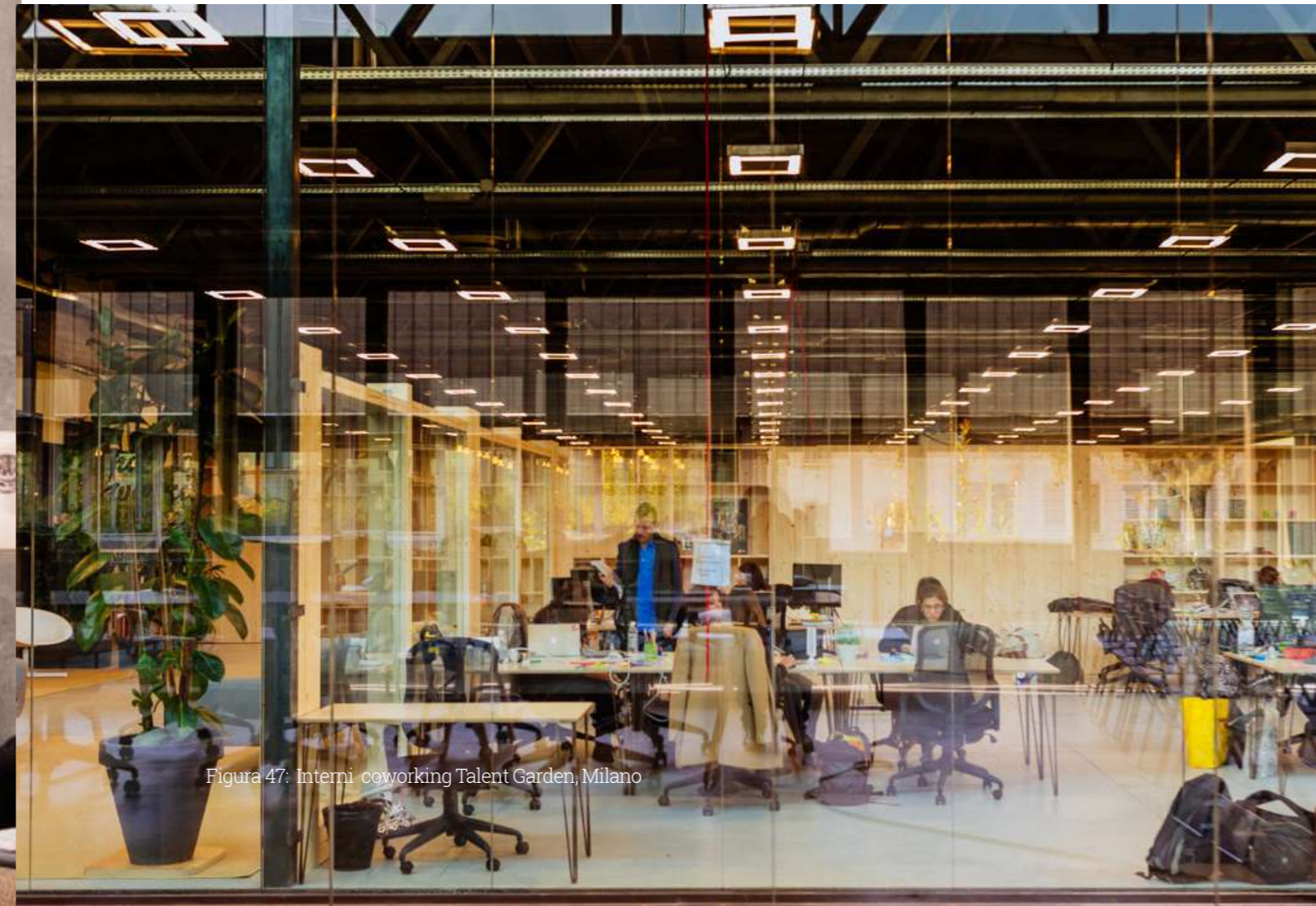


Figura 47: Interni coworking Talent Garden, Milano

Davide Dattoli, fondatore e CEO-Ogni evento promuove l'innovazione e la creatività, oltre a contatti e collaborazioni tra aziende all'interno del network Talent Garden."

Attraverso progetti e attività di network, Talent Garden aiuta i suoi membri a sviluppare nuove sinergie incontrando potenziali partner e investitori.

TAG

Day

Accesso giornaliero 9-18
tavolo condiviso
circa 25 €/giorno

TAG

Flex

Tavolo
condiviso
Accesso 20 a settimana
Circa 180 €/mese

TAG

Corporate

Scrivania dedicata per
10 persone
Accesso 24/7 9
Circa 25 €/giorno

TAG

Full

Scrivania
singola
Accesso 24/7
circa 320 €/mese

TAG

Office

Ufficio chiuso da 4-20 persone
Accesso 24/7
circa 1400 €/mese

I SUCCESSI DI TALENT GARDEN: VOCE ALLE STARTUP



“ Abbiamo scelto di lavorare presso talent Garden perchè riflette numerose caratteristiche importanti della nostra agenzia: l'apertura, la flessibilità, un desiderio di uscire dagli schemi in maniera costruttiva e la possibilità di essere in un posto ma avere allo stesso tempo il potenziale di essere ovunque. Più che una necessità di lavorare in varie città e perciò usare diversi campus, la dinamica del coworking offre la possibilità di interagire rapidamente e facilmente con innumerevoli professionisti,

The Kids Road- agenzia creativa



“ A Torino, Talent Garden Fondazione Agnelli è sinonimo d'innovazione e punto di riferimento della città per la creazione di opportunità legate all'innovazione e alla tecnologia. Qui si organizzano eventi e workshop che permettono di interagire con diverse figure, oltre a creare nuovi flussi di conoscenza e basi per collaborazioni.

Foodora- scaleup del food delivery



“

Abbiamo scelto Talent Garden perché è una delle poche realtà italiane di coworking dove si può respirare aria di futuro, dove le nuove idee si possono letteralmente vedere sulle facce di tutti e dove si guarda con grande curiosità e rispetto al lavoro altrui.

Moovit - scaleup della mobilità

“

Lavorare in uno spazio di coworking è stato fondamentale per nostra crescita. A Talent Garden Pordenone siamo riusciti a trovare i professionisti giusti per sostenerci nello sviluppo del nostro prodotto. Si trattava di un piccolo vaso per fiori che permette di purificare l'aria. Questa rete ci ha aiutato a volare nella Silicon Valley, dove abbiamo avuto accesso a un programma intensivo e siamo riusciti a far crescere la nostra attività.

Clairy - startup IoT



“Ogni evento promuove l’innovazione e la creatività, oltre a contatti e collaborazioni tra aziende all’interno del network Talent Garden.”

Cit Davide Dattoli, fondatore e CEO



Figura 48. Interni coworking Talent Garden, Milano

3 Yoroom, Milano

Lo spazio coworking YoRoom è una nuova recente realtà nel quartiere Isola di Milano. L'edificio si estende per più di 1.000 metri quadri all'interno di un ex opificio completamente ristrutturato, a pochi metri dalla stazione ferroviaria Garibaldi, vicinissimo alla sede di Google Italia e al Bosco Verticale. I servizi offerti da questo spazio sono sia le postazioni flessibili dedicate al coworking di Free-lance e professionisti sia uffici privati per piccole aziende e studi professionali. Gli spazi comuni sono nuovi e dinamici e includono sale riunioni, sala conferenze ed

SUPPORTA PROGETTI IMPRENDITORIALI CON BANDI E FINANZIAMENTI



Figura 49. Interni coworking Yoroom, Milano

uno spazio eventi modulabile per l'organizzazione di meeting ed eventi aziendali, infatti è possibile prenotare alcuni spazi per scopo didattico o divulgativo. Se qualche azienda o privato ha bisogno di una location cool e ben organizzata per una conferenza, trova in Yo room un'ottima soluzione. YoRoom è quindi uno spazio di lavoro condiviso che ha l'ambizione di diventare una Comunità Socialmente Responsabile. Entrando a far parte della community i coworkers sono stimolati a fare business socialmente responsabile. Yo room è anche una società benefit che favorisce e supporta

nuovi progetti imprenditoriali attraverso bandi e possibilità di accesso a finanziamenti. Lo spazio si propone quindi come incubatore di imprese e di progetti ad impatto sociale ed economico per il territorio. YoRoom ospita al suo interno una ONG che opera nel campo della cooperazione internazionale. Inoltre collabora con ALTIS (Università Cattolica), il POLI.design nel campo della formazione, il Comune di Milano nell'ambito della settimana del lavoro agile, e vari soggetti al fine di promuovere iniziative rivolte al quartiere Isola e alla città (tra gli altri Fuorisalone Isola, fall design

“Siamo una benefit corporation (BCORP), ovvero forniamo un significativo contributo allo sviluppo dell'ambiente e al sociale.”

Cit Luca Diodà, fondatore di Yoroom



Figura 50: Interni coworking Yoroom, Milano

week).
I servizi che si possono trovare all' interno di questi spazi sono: ricezione posta, Internet fibra wifi e via cavo, un area relax e ristora , uno spazio per biciclette e consulenza per finanziamenti agevolati e accesso ai bandi.



Figura 51: Interni coworking Yoroom, Milano

4 Qf, Milano

Qf significa “quoziente famiglia”, inteso come fattore per favorire l’integrazione e il sostegno tra lavoro e famiglia, ma non solo. Qf è un Work+ Q baby ovvero mette al centro gli individui, offrendo servizi pensati per migliorare la qualità del proprio tempo. Il progetto nasce dall’incontro tra Erika Martinazzoli una visual designer e Raffaella Celi psicologa. Entrambe sono mamma e libere professioniste, che hanno voluto realizzare uno spazio dove co-fondere lato umano e vita professionale. Uno spazio contemporaneo e polifunzionale, un “quoziente” per

LA STRUTTURA Q BABY ACCOGLIE BAMBINI DA 3 MESI A 6 ANNI

rendere la vita più semplice ed andare incontro alle esigenze reali e moderne delle mamme in carriera.

E’ da queste considerazioni che nasce l’idea di dare vita a un luogo dove poter coniugare queste esigenze, dove poter gestire al meglio il proprio tempo grazie ad un modello di “innovazione sociale”, già sperimentato e presente sia in Italia che in altri paesi.

A questa opportunità si affianca quella di poter usufruire della struttura co-baby, che accoglie bambini dai 3 mesi ai 6 anni (con un servizio micro-nido per un massimo di 8 bambini da 3 mesi a 3 anni e un servizio

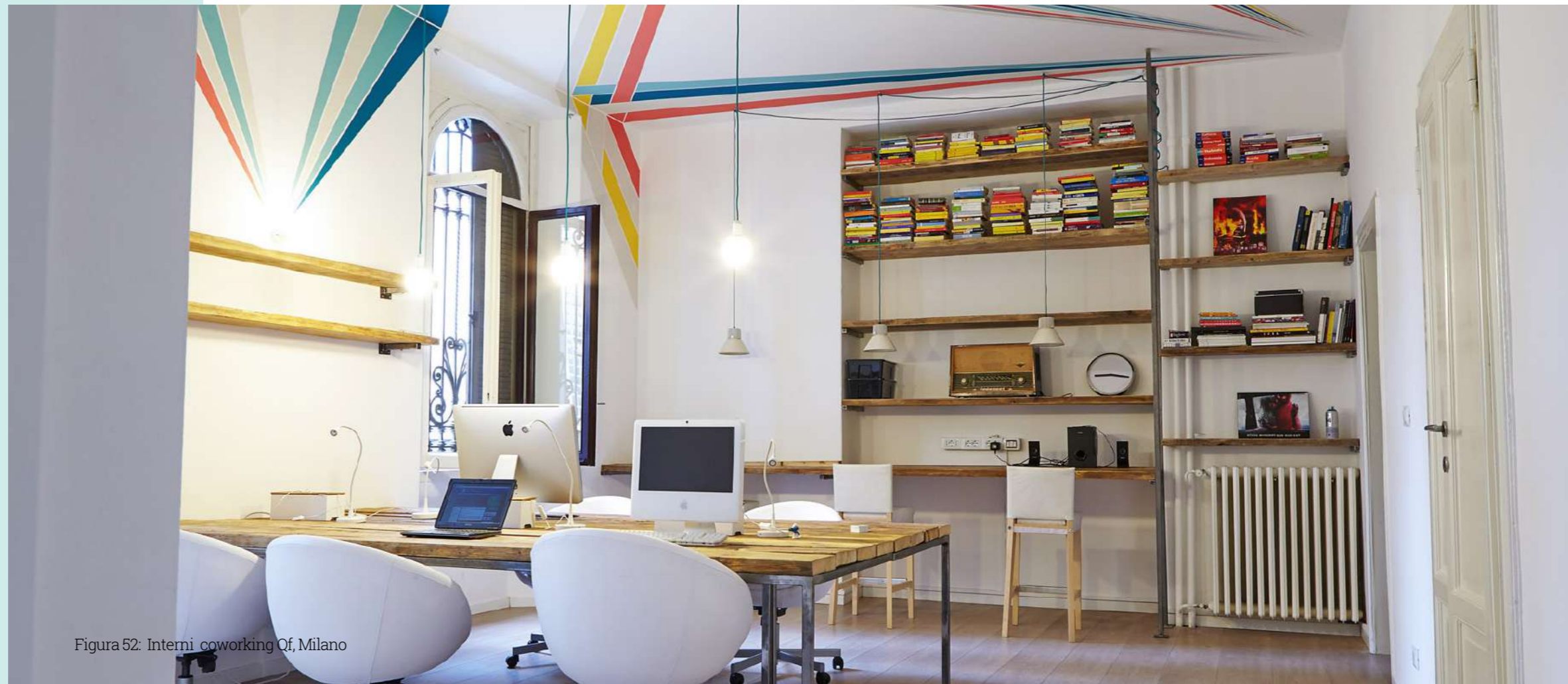


Figura 52: Interni coworking Qf, Milano

nido per un massimo di 15 bambini fino a 6 anni), e può essere utilizzata sia da professionisti che nel frattempo svolgono la loro normale attività professionale nello spazio di co-work, sia da esterni che possono affidare i loro bambini a una struttura professionale, anche solo per poche ore e nel week end.

Qf utilizza la nota formula di “lavoro condiviso” ovvero è un coworking a tutti gli effetti, per liberi professionisti e aziende, con possibilità di accesso personalizzabile in base alle esigenze di ciascuno. Lo spazio

non ha grandi dimensioni (200mq) ma è diventato per le nuove mamme una seconda casa dove non solo possono prendersi cura dei bambini, ma intrecciare rapporti professionali estremamente stimolanti e innovativi.

Il coworking mette a disposizione 12 postazioni, 8 posti in Qbaby (micronido 0-3 anni), 12 posti in Qlab (corsi e laboratori fino a 6 anni), 2 uffici privati, 1 sala riunioni e ovviamente la zona relax & food

Oltre ad essere un luogo di lavoro moderno e dinamico, Qf è pensato anche per attività ludiche, laboratori, organizzazione di

eventi e corsi. Lo spazio è stato progettato in collaborazione con creativi emergenti e sapienti artigiani, a cui è stato affidato il compito di realizzare un ambiente non soltanto funzionale ma in grado di accogliere e soddisfare le diverse esigenze, un luogo da abitare.

Qf è rivolto a tutte le persone che desiderano co-abitare in un ambiente dove i confini della propria scrivania possano aprirsi a quelli vicini, co-legare differenti ambiti professionali, all’interno di uno spazio che intende favorire la nascita di interazioni e progetti in un contesto armonico e pia-



Figura 53: Interni coworking Qf, Milano

cevole.
Qbaby: un'area interamente dedicata ai bambini consente ai genitori di lavorare a 13 passi di distanza da loro. Si muove all'interno del progetto costituendone il cuore; la stanza dedicata è luogo di gioco, intrattenimento e nanna ma soprattutto cura responsabile per i piccolini.



Figura 54: Interni coworking Qf, Milano

5 Impact HUB, Milano

Impact Hub Milano è parte di una rete internazionale di spazi fisici dove imprenditori, creativi e professionisti possono accedere a risorse, lasciarsi ispirare dal lavoro di altri, avere idee innovative, sviluppare relazioni utili e individuare opportunità di mercato. Impact Hub Milano, prima The HUB, è il primo nodo italiano di questa rete e il primo centro in Italia dedicato all'innovazione e all'imprenditoria sociale e alle persone che la promuovono. All'interno dello spazio ci sono le più diverse professioni- imprenditori e operatori del non profit, liberi pro-

PRIMO CENTRO ITALIANO PER L'IMPRENDITORIA E L'INNOVAZIONE SOCIALE



Figura 55: Interni coworking Impact Hub, Milano

fessionisti e giovani studenti, creativi ed esperti d'informatica – tutti accomunati dal desiderio di avere un impatto positivo su Milano e sul mondo.

Con più di 15.000 membri in 86 spazi in tutto il mondo, la community di Impact Hub riunisce professionisti e imprese impegnate a innovare modelli esistenti, disegnare nuove soluzioni e mettere in rete risorse e passioni per generare un impatto positivo sulla società e l'ambiente. Da chi ha deciso di utilizzare le tecnologie per creare un cambiamento, a chi opera con occhio attento alla sostenibilità, da designer ad avvocati,

da progettisti a programmatori e commercialisti. La community di Impact Hub Milano conta oggi più di 400 persone e si arricchisce ogni giorno di progetti e talenti diversi che condividono la stessa visione. Impact Hub Milano dal 2014 è "Incubatore Certificato di Startup Innovative" secondo il DL 18/10/2012 n.179. Infatti lo spazio offre percorsi di incubazione standard e personalizzati alle startup che sviluppano idee a un forte impatto ambientale. Le start up sono accompagnate da Mentor altamente qualificati, che li supportano in tutte le fasi di crescita del progetto, dal concept dell'idea

“E’ un incubatore Certificato di startup innovative: offre percorsi di incubazione personalizzati alle startup che sviluppano idee a un forte impatto ambientale.”

Cit Marco Nannini, CEO di Impact Hub Milano

al lancio sul mercato. I percorsi durano un massimo di sei mesi e si sviluppano tutti all'interno degli spazi di coworking. I servizi offerti da Impact Hub sono in primis la formazione, un ricco percorso di lezioni e workshop sui temi fondamentali per startup che vogliono creare impatto. Dalla innovazione sociale al business plan tutto quello che ogni imprenditore sociale deve sapere per costruire una startup di successo. Successivamente il percorso è accompagnato da una serie di incontri dedicati. Professionisti, imprenditori sociali, startupper, investitori, esperti e visionari. Un universo di persone da cui trarre ispirazioni e consigli, con cui confrontarsi e stabilire relazioni. Il Mentor lavora insieme al team su un report periodico sullo stato di avanzamento del percorso di incubazione. Un importante

momento di verifica per fare il punto della situazione e infine il network è una delle risorse più preziose per ogni startup. Per questo ai team sono proposte occasioni per creare connessioni sia tra i team incubati che all'integrazione in network ricchi ed estesi, come quello nazionale e internazionale di Impact Hub.

LE **STARTUP** SONO ACCOMPAGNATE DA **MENTOR QUALIFICATI** CHE LI SUPPORTANO NELLA **FASI DI** **CESCITA**

OFFICE Full

Scrivania
singola personalizzabile
Accesso 24/7
circa 420 €/mese

DESK

Scrivania
singola o per il team in spazio
condiviso Accesso 24/7
circa 220 €/mese

DAY

pass
Scrivania
singola in spazio condiviso
Accesso 24/7 per 3 mesi
circa 14 €/giorno

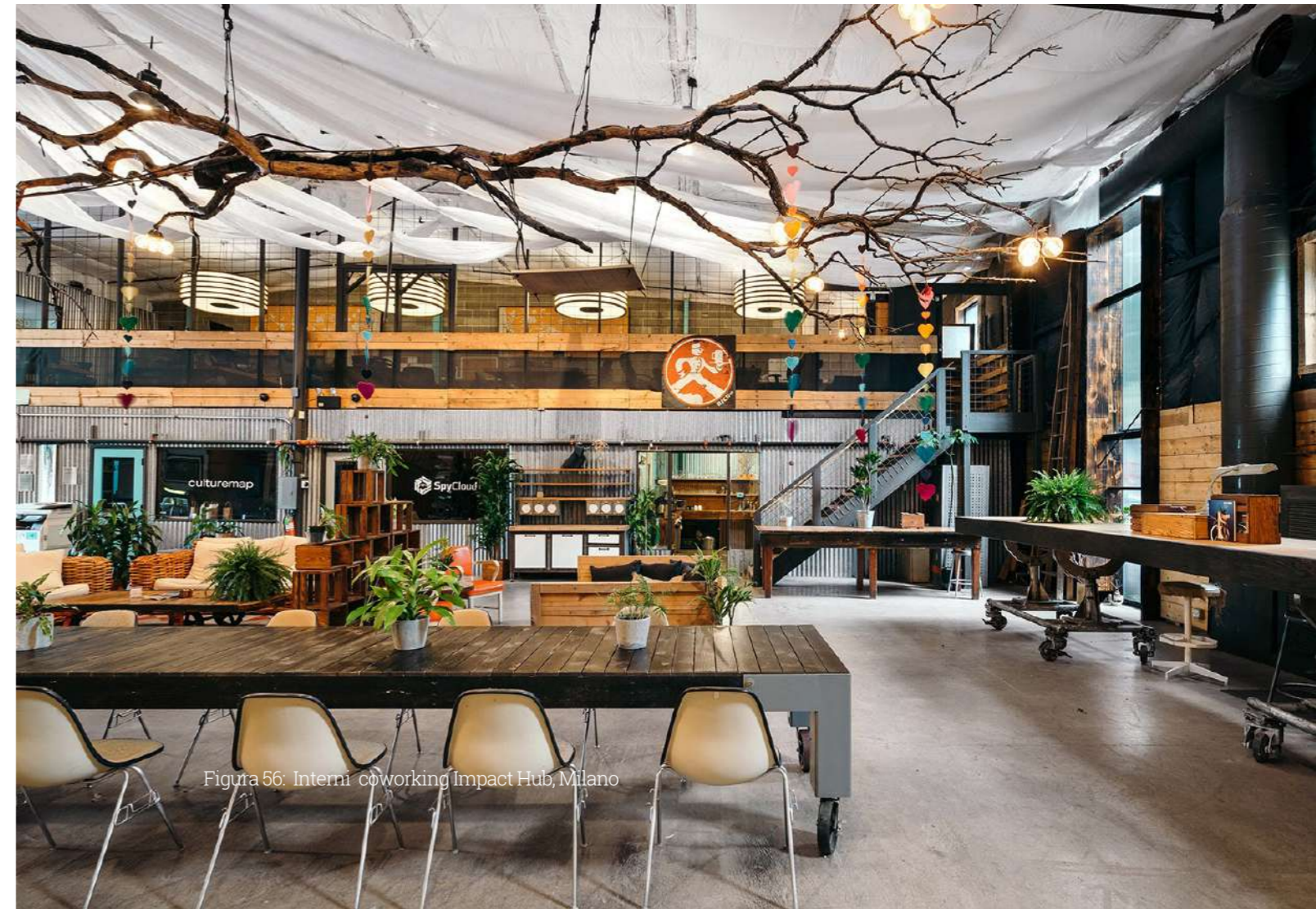


Figura 56: Interni coworking Impact Hub, Milano

4.7 Coworking internazionali

1 Deskopolitan, Parigi

Lo studio di interior design MoreYSmith ha creato uno spazio di co-working con un'estetica "contemporanea e industrial" in un vecchio edificio industriale a Parigi. Il nuovo spazio di lavoro comprende 1.350 metri quadrati distribuiti su quattro piani in 48 Rue du Château d'Eau, Parigi.

Deskopolitan propone nella sua filosofia più che spazi per lavorare, spazi per avere successo. Chiunque può accedere a queste postazioni lavorative, da start-up a grandi aziende o PMI, e ancora manager, impiegati,

NUOVA CASA PER UN SUCCESSO COLLABORATIVO



Figura 57: Interni coworking Desopolitan, Parigi

un libero professionista o anche artigiani. Il coworking offre spazi per qualunque settore di attività, diffondendo ovunque la propria philosophy space, ovvero il piacere di lavorare, la dedizione, l'ambizione, e l'esigenza di autenticità.

All'interno dello spazio si sono sviluppati una serie di servizi per facilitare il binomio vita professionale e personale in modo che ogni coworkers possa essere più efficiente, più creativo e più soddisfatto. All'interno dello spazio troviamo quindi una palestra per scaricare l'energia, un centro residence per ospitare clienti, un nido per i figli dei

coworker e ovviamente una ricca food area. Come spesso accade nelle aziende europee a differenza di quelle italiane, offrono considerevoli benefit per quando riguarda la cura della persona e della salute mentale, troviamo infatti all'interno di Deskopolitan un parrucchiere e barbiere da poter utilizzare con notevoli sconti, un rooftop con giardino e orto gestito dal ristorante e zone di rilassamento dove è possibile fare una sessione di yoga e stretching.

Come detto in precedenza la progettazione dello spazio è stata affidata a Morey Smith che ha sviluppato un concept

“Deskopolitan ha presentato una nuova entusiasmante opportunità di portare il coworking a Parigi.”

Cit Linda Morey-Burrows, fondatrice e direttrice MoreySmith



Figura 58. Interni coworking Desopolitan, Parigi

PALESTRA
Comune

RISTORANTE
Bio

RESIDENCE
Clienti

BARBIERE
Per soci

NIDO
Per soci

ORTO
E giardino



Figura 59. Interni coworking Desopolitan, Parigi

per uno spazio accogliente, confortevole, interessante, flessibile, facile da usare e socievole.

I materiali come piastrelle di mattoni smaltati, cemento a vista, cornici di finestre cifrate, ottone brunito e rete di rame sono abbinati a colori freschi e brillanti tra cui giallo, grigio chiaro e blu. Anche l'aspetto green è stato preso in considerazione portando punti verdi all'interno dell'ambiente per promuovere il benessere e filtrare l'aria.

“Più che uno spazio di coworking, è un posto reale in cui vivere, dove lavoro, relax, sport, cibo si fondono. È lo spazio ideale per coloro che vogliono avere successo in un ambiente sano e collaborativo”

Cit Michele Barberi, sales management di Copernico 38



Figura 69: Interni coworking Desopolitan, Parigi

2 We Work, rete di coworking internazionale

WeWork nasce nel 2010 con la semplice idea di creare uffici condivisi dal design accattivante. Tuttavia con gli anni il progetto ha preso dei numeri considerevoli, diventando un vero colosso nel settore del coworking, avendo più di 400 spazi in 96 paesi nel mondo.

Oggi sono una vera e propria community, dove "io" come individuo diventa parte di un "noi" più grande. Un luogo dove il successo si definisce in base alla soddisfazione personale, e non al fatturato.

L'apertura di nuovi spazi è sempre promossa dalla mission aziendale, ovvero creare luoghi d'ispirazione e imprenditorialità data dai team di creativi, leader, im-

**400 SPAZI IN
96 PAESI
UNA GRANDE
COMMUNITY**



Figura 61: Interni coworking WeWork a Los Angeles

prenditori che vivono questi spazi e non deve mancare la tenacia nel perseguire gli obiettivi. We work nel giro di 15 anni ha sviluppato una forte e riconoscibile brand identity, dove il linguaggio estetico comunica tra diversi paesi creando una grande famiglia.

I coworkers non sono solo piccole aziende o imprenditori ma anche grandi aziende e sognatori.

I servizi che offrono sono: spazi di lavoro con uffici privati (per team da 1 a 100 persone) delimitati da pareti in vetro che consentono di mantenere la privacy senza

sacrificare la trasparenza o la luce naturale. Mentre gli spazi comuni hanno uno stile distintivo e un'atmosfera dinamica. I coworkers all'interno dello spazio possono trovare Internet super veloce, aree spaziose e dallo stile unico, stampanti multifunzione, una food area e spazi per chiamate private. Gli eventi sono un aspetto fondamentale dell'esperienza WeWork. Ci sono incontri programmati in orari d'ufficio con imprenditori e altri professionisti e ogni giorno si organizziamo eventi sociali e professionali per aiutarti a creare e mantenere un forte spirito di squadra. Alcuni eventi ri-

“Un luogo ideale per promuovere la tue idee e costruire un network lavorativo stabile e redditizio .”

Cit Linda Morey-Burrows, fondatrice e direttrice MoreySmith



Figura 62. Interni coworking WeWork, Toyko

guardano pranzi conviviali altri amplificano il networking tra i coworkers e altri ancora per ritrovare il benessere con le sessioni di meditazione o kickboxing. WeWork Labs mette a disposizione la community, le conoscenze e le connessioni a chiunque voglia creare una startup, infatti collabora con incubatori e acceleratori locali per offrire supporto continuo e completo alle startup lungo tutto il loro percorso.



Figura 63. Interni coworking WeWork, New York

3 The Wing, Brooklyn

The Wing è uno spazio di co-working per sole donne che si sta espandendo rapidamente in tutta New York. L'idea nasce a di Lauren Kassan e Audrey Gelman, che ha fondato il club di coworking femminile dove all'interno c'è una comunità di supporto per il movimento femminili scoppiato a New York durante il 19° e il 20° secolo.

Da dove nasce l'idea? Il movimento del club femminile era formato da donne pioniere che si sono reciprocamente incoraggiante nel momento in cui ne avevano più bisogno. C'erano oltre 600 gruppi di questo tipo a New York negli anni '30 e oltre 5000 in tutta la nazione.

Si racconta che nel 1868 Fanny Fern fu al-

UNA COMUNITA' FEMMINILE VIVACE ED ELEGANTE

lontanata da una cena del New York Press Club per soli uomini in onore di Charles Dickens. La Fern, ad un popolare editorialista del quotidiano americano, ha spiegato che è stata invitata ad "ascoltare i discorsi attraverso la fessura di una porta."

Un anno dopo, Fern ha fondato il primo club femminile professionistico d'America.

Negli anni '20 i club erano solo per donne di classe media o ricche., quindi le donne lavoratrici si incontravano in gruppi sotto nomi come Lady Flashers, Lady Millionaires e Lady Liberties.

Negli anni '70, i club femminili hanno af-



Figura 64: Interni coworking The Wing, Brooklyn

frontato questioni più pertinenti ai tempi. Tornado a the wing, nel 2016 ha inaugurato la prima location nel quartiere Flatiron di Manhattan e la popolarità del club ha costretto Kassan e Gelman ad aprire un secondo a Soho solo sei mesi più tardi. Ora stanno abbracciando un crescente numero di soci al di fuori di Manhattan, e il suo terzo hub nel quartiere Dumbo di Brooklyn ha aperto la scorsa settimana. "L'espansione a Brooklyn è stata un gioco da ragazzi per The Wing", ha detto Gelman. "L'interior designer Chiara De Rege ha realizzato tutte le strutture delle location a New York al fine

“Insieme al supporto di partner locali e organizzazioni no-profit, The Wing è dedicato alla creazione di programmi scolastici, volontariato e iniziative dedicate al progresso delle donne nella comunità.”

Cit Lauren Kassan Cofounder The Wing



Figura 65: Interni coworking The Wing, Brooklyn

di creare un'atmosfera accogliente e casalinga.

Mentre gli altri spazi di The Wing a Manhattan e New York occupano un loft ad un piano, l'avamposto di Brooklyn si sviluppa su due piani, con un negozio e un atrio, dando a De Rege una nuova sfida.

Insieme al supporto di partner locali e organizzazioni no-profit, The Wing è dedito alla creazione di programmi scolastici, opportunità di volontariato e iniziative dedicate al progresso delle donne nella comunità. Alcuni programmi portati avanti dal coworking sono:

1) BORSA DI STUDIO

Il programma Wing Scholarship dà la priorità e la visibilità alle donne che lavorano in settori attualmente sotto rappresentati, supportando il progresso della comunità

femminile.

2) AZIONE

Il team si impegna a creare uno spazio affinché la loro comunità possa emergere. I membri sono incoraggiati a prendere parte all'azione diretta su questioni sociali importanti per il team

3) VOLONTARIATO

Il coworking collabora con organizzazioni locali e organizzazioni non profit per fornire visibilità e connettere i membri con progetti reali.

Attraverso lo spazio, pareti e pavimenti in cemento sono tinteggiati con il colore "Wing pink" dell'azienda e il pavimento in rovere chiaro è usato per "aggiungere calore e intimità". Un mix di aree di lavoro private e open space sono decorate come salotti, con una gamma eclettica di sedie e



Figura 66: Interni coworking The Wing, Brooklyn

divani in toni pastello e audaci contrastanti. "L'obiettivo era quello di aiutare The Wing ad aprire le sue porte alla comunità di Brooklyn progettando uno spazio senza tempo, coinvolgente, divertente e professionale", ha dichiarato De Rege a Dezeen.

I posti a sedere nello spazio vanno da un morbido divano verde sommerso a sedie rosa e tubolari. Alti ripiani in legno incorporati, pieni di libri a colori coordinati, nascondono porte con funzione secondaria.

"Ogni luogo è favorevole al lavoro singolo e al networking degli eventi- ha detto il progettista- è progettato per accogliere ogni giorno le donne con i loro device moderni"

UN' ATMOSFERA LUSSUOSA MA OTTIMA PER IL NETWORKING FEMMINILE



Figura 67: Interni coworking The Wing, Brooklyn

Capitolo

5



**LE CUCINE NEGLI AMBIENTI
SMART: UN NUOVO MERCATO**

5.1 Dal coworking al coliving: nuove esigenze per gli smartworker

In questo capitolo parleremo della sfida che Franke, azienda Svizzera, sta portando avanti da quasi un'anno, ovvero scoprire le dinamiche e le problematiche legate all'ambiente cucina negli spazi di coliving e coworking, al fine di creare dei progetti di cucine compatibili con le nuove e complicate esigenze moderne.

Come già illustrato in precedenza i primi spazi di coworking nascono più di un decennio fa, ora è arrivato il co-living, un trend iniziato nell'autunno del 2015, negli Stati Uniti. A fare da traino sono state in

COLIVING

NUOVA SOLUZIONE ABITATIVA

questo caso realtà come Common e Pure House, startup che hanno deciso di sposare i loro investimenti in direzione del nuovo mercato.

Il coliving è inteso "vivere in comune"³⁹ che non è semplicemente vivere con i coinquilini per un certo periodo di tempo, ma scegliere delle strutture che offrano servizi, invece di acquistare o affittare una casa privata, un po' come scegliere uno spazio di



Figura 68. Interni coliving, Roam, Bali

coworking in alternativa al classico ufficio. Quindi residenze al posto di uffici, in cui l'utente versa un canone mensile per accedere ad una soluzione abitativa in cui sono inclusi tutti i servizi possibili.

Da questo treno in corsa, c'è anche chi è riuscito a non perdere tempo e a sfruttare le

competenze già acquisite con il co-working, come WeWork, chiamato in questo caso WeLive, il quale presenta un blocco di 200 unità immobiliari posizionate nel cuore della Grande Mela. Qui gli utenti possono godere di una lunga serie di agi, compreso un social network formato proprio dai residenti, permettendo alla comunità di rafforzare i rapporti con una serie di attività ed eventi condivisi.

Se gli Stati Uniti hanno avviato il trend, il resto del mondo si è presto adeguato, a partire naturalmente da Londra, sempre pronta a recepire le nuove istanze provenienti dall'esterno. Nella capitale britannica,

infatti, The Collective ha costruito un grattacielo formato da 30 piani, suddiviso in 223 appartamenti, il quale dovrebbe essere organizzato in linea a un club privato, con biblioteca, teatro, spa, giardino, ristorante e palestra, tutto rigorosamente in co-living. Secondo un recente articolo di The Economist,⁴⁰ i quali sono stati i primi ad indagare il fenomeno dal punto di vista abitativo, evidenzia che una nuova categoria di lavoratori globali e ad alta specializzazione stanno portando alla rinascita di un modus vivendi che sembrava essere tramontato con la fine del secolo scorso: quello della "comune", in auge negli anni Settanta del

³⁹Articolo ricavato da "Redazione", 17/09/2007

⁴⁰The Economist, Articolo di Jonathan Beckman, Aprile/Maggio 2018

Novecento, e che secondo la stessa fonte avrebbe coinvolto oltre 750 mila persone nei soli Stati Uniti.

In tutto il mondo nascono oggi nuove soluzioni abitative che richiamano la "comune" post sessantottina, ma che non potrebbero essere più diverse da quest'ultima dal punto di vista dei costi e dell'organizzazione della vita dei suoi membri. Tanto la "comune" di quegli anni era concepita come un luogo alternativo rispetto al modo di vivere tradizionale, dove la partecipazione dei membri andava di pari passo con l'assenza quasi totale di privacy, tanto il moderno coliving rispecchia a pieno le esigenze e le necessità dei nuovi lavoratori, dove la vita comune si basa sulla tutela rigorosa della privacy e sulla discrezionalità nella partecipazione alla vita di gruppo.

L'indagine portata avanti dall' 'Economist' è partita da una delle residenze di proprietà dell'azienda Roam a Londra, che in poco tempo è diventata la maggior piattaforma per le comunità di coliving e coworking con vari complessi nel mondo: Tokyo, Bali, Miami e San Francisco.

Questi spazi sono un ibrido fra hotel, spazi

vivere in un monocale, quindi, ma con la possibilità ogni giorno di lavorare, cucinare e fare nuove conoscenze non appena viene messo il piede fuori dalla porta, e di ripartire quando le esigenze o nuove opportunità di lavoro lo richiedono.

Il fenomeno non riguarda solo i giovani, infatti la nascita di nuove soluzioni abitative dove gli spazi dedicati alla vita privata, alla socialità e al lavoro sono concentrati in pochi metri quadrati, è in realtà l'esito della crescita talvolta insostenibile dei costi per affittare e acquistare casa nei quartieri migliori delle grandi città (per non parlare di un ufficio), e al venir meno della "casa" tradizionalmente intesa come un obiettivo da raggiungere a tutti i costi e in cui investire gran parte delle proprie risorse, economiche ed emotive.

Secondo l'articolo oggi il 28% dei proprietari di casa americani è single, mentre nella società italiana la maggior parte dei nuclei familiari è composta da una sola persona. Questo fa deviare anche le scelte legate all'acquisto di immobili e muta le caratteristiche degli spazi abitativi poiché le case di un tempo sono oggi troppo grandi e troppo

compagni di viaggio.

"Non sono persone fuggiasche- afferma Jonathan Beckman- ma rappresentano i sopravvissuti della globalizzazione e i primi beneficiari del lavoro flessibile. Per loro, la casa non è un castello o un insieme di stanze, ma uno stato mentale."

L'idea di casa come involucro familiare è un prodotto della modernità. Sempre Jonathan Beckman nel suo articolo afferma che fino al XVI secolo, la maggior parte dei cittadini in Europa viveva nello stesso edificio in cui lavorava, mentre le case dei ricchi erano affollate di persone, tra cui staff di servitori, confessori e segretari, rendendo la privacy un concetto che esisteva a malapena, come descrive Philippe Ariès, uno storico francese,

Le case erano permeabili ed estese oltre i confini di un singolo edificio e sarà solo nel

“Non sono persone fuggiasche. Per loro, la casa non è un castello o un insieme di stanze, ma uno stato mentale.”

Cit Jonathan Beckman

SONO UN IBRIDO FRA UN COWORKING, UN HOTEL E UN AIRBNB

di coworking e appartamenti in affitto su Airbnb: edifici moderni dotati di camere da letto private, cucine private e condivise, sale da pranzo. Qui le persone possono fermarsi per una settimana (a partire da 600 sterline, poco più del costo di una stanza su Airbnb e di gran lunga meno di una stanza in hotel) o alcuni anni, con un preavviso di una sola settimana sulla disdetta dell'affitto. Come

vuote, per le necessità di un numero crescente di persone.

Questi progetti sono pensate per persone che vogliono vivere e lavorare ovunque, per esempio a Londra, i membri pagano £ 600 (\$ 850) a settimana e possono uscire con un preavviso di sette giorni. Sono in grado di navigare tra le proprietà con facilità, trovando in ognuna di esse una comunità di



Figura 69: Interni coliving, Roam, Tokyo

17° e 18° secolo emerge una divisione fra lo spazio personale, come camere da letto e salotti, e uno spazio comune.

Con la rivoluzione francese il lavoro è stato sfrattato da casa la manifattura si trasferì in fabbriche appositamente costruite. Le innovazioni tecnologiche come la ferrovia e il telegrafo hanno consentito alle imprese di operare da livello nazionale, a livello internazionale. La loro crescita richiedeva uno spazio dedicato in cui squadre di manager potessero coordinare gli affari. Così è nato l'ufficio moderno. Professioni ausiliarie che

QUESTI SPAZI MONETIZZANO UN FORMA DI CONNESSIONE TRASCURATA

hanno supportato gli affari - diritto, banca, contabilità, marketing - hanno necessitato di nuovi spazi per lavorare.

Negli anni '70 le "comuni" emersero in spregio ai valori della classe media, cancellando la distinzione tra pubblico e privato. La controcultura ha violato la privacy sostenendo la nudità e l'amore libero. Durante il suo apogeo negli anni '60 e '70, circa 750.000 persone in America vivevano in circa 50.000 comuni.

Negli ultimi 50 anni la nozione di casa è mutata di nuovo quando più persone hanno iniziato a vivere da sole, spesso per scelta. La società è mutata e molte delle istituzioni che una volta alimentavano la vita della comunità si sono ridotte a causa della mancanza di partecipazione.



Figura 70: Interni coliving, Roam, Bali

oggi ci troviamo ad un punto di svolta, come è stato la comune negli anni '70, la vita è di nuovo in movimento. Molte attività professionali sono migrate sul computer, questo ha reso meno indispensabile vivere vicino al luogo di lavoro. Secondo un sondaggio della Gallup del 2016, quasi la metà degli americani occupati lavora a distanza almeno una parte del tempo e un quinto di questi impiegati flessibili non va mai in ufficio.

Anche quelli che possono permettersi di comprare una casa spesso finiscono per acquistare un monolocale in centro di 30 metri quadri questo perché la casa tradizionale sta diventando irraggiungibile, ma allo stesso tempo poco utile per un gran numero di impiegati.

Bruno Haid, il co-fondatore di Roam, nella sua carriera precedente ha costruito motori di ricerca ed è stato inizialmente attratto dalla vita in comune dopo aver convertito un hotel fatiscente a San Francisco. "Nessuno ha mai letto il manuale di Super Mario", dice Haid. "Il primo paio di livelli erano così ben progettati che si poteva automaticamente imparare il gioco mentre lo si giocava. Cerchiamo di fare lo stesso qui. Non ci sono porte sui mobili della cucina, perché se vivi in una cucina per 20 anni, vuoi mettere tutto in ordine. Ma se sei qui solo da tre settimane, non vuoi passare tre settimane a capire dove sono i piatti."

"Il forno a microonde ha un pulsante anziché 17 impostazioni. Ogni apparecchio dovrebbe essere immediatamente comprensibile; i

segni esplicitivi sono un'ammissione di fallimento" conclude sempre Haid.

Gli utenti Roma sono immancabilmente entusiasti della comunità, poiché il co-living risulta essere perfetto per molti introversi, che non vogliono vivere da soli e apprezzano la compagnia decidendo però il ritmo con cui aprirsi agli altri.

"C'è un denominatore comune a tutti quelli con cui ho parlato. Tutti pensavano che non lo avrebbero mai fatto, ma in realtà gli è piaciuto".

Gli spazi di convivenza e coworking monetizzano una forma di connessione spesso trascurata, ma molto desiderata, tra persone che non sono né amici né familiari né colleghi, dove si instaurano i legami deboli.

Alcune catene alberghiere hanno iniziato a

fornire opzioni comuni per alleviare la solitudine durante i viaggi d'affari. In America, Europa e Medio Oriente, Marriott offre ora appartamenti per più persone. A Dubai il Tryp by Wyndham ha sostituito il suo business center con uno spazio di coworking. I social network online inizialmente promettevano una compagnia costante, ma in

IKEA HA NUOVA VISIONE DI COLIVING: ONE SHARED HOUSE 2030

pratica spesso ne sottolineano la distanza (quanti "amici" di Facebook vedi anche una volta all'anno?). I social trasformano la conversazione in trasmissione, mentre i coliving si rivelano essere una vera rete sociale.

Secondo Judson Jerome, partecipante e sociologo del movimento, questa nuova formula abitativa ha preso una lunga distanza tra i comuni degli anni '60 e '70, che combinava "la massima autorealizzazione e individualità con la massima collaborazione e l'impegno per il benessere degli altri."

Come molte caratteristiche del mondo moderno, l'ultima incarnazione di Co-Living è nata dalla Silicon Valley. Negli ultimi anni, San Francisco ha visto uno scoppio di ostelli popolati da hacker che condividevano spazi in attesa che le loro start-up dessero i frutti sperati.

Il coliving cerca anche l'ispirazione dalla tecnologia moderna. Fino a poco tempo fa, il consumismo significava accumulo. I

produttori hanno prodotto beni tangibili. Quando i clienti li hanno acquistati, sono stati trasferiti fisicamente da un luogo all'altro quindi casa fungeva da deposito per questi beni. Oggi, molte delle aziende di più alto profilo del mondo non stanno vendendo cose: stanno offrendo piattaforme in uno spazio virtuale, che consente un facile accesso ai servizi senza i costi e i requisiti di stoccaggio della proprietà. Ad esempio, il cloud computing ovvia all'acquisto di costosi processori e apparecchiature. Le app di delivery, come Uber offrono un servizio di spesa, monetizzando la mobilità. Tali piattaforme consentono inoltre alle persone di provare una gamma di opportunità precedentemente inimmaginabili.

Haid vede Roam come parte di una tendenza che privilegia le esperienze rispetto all'acquisizione. È una piattaforma che consente alle persone di trovare case in tutto il mondo senza doverne averne neanche una. È ovviamente importante capire quante persone vogliono passare i loro giorni come nomadi poiché il desiderio di un posto per se stessi brucia ancora forte in innumerevoli conti di risparmio. Un'ipoteca pagata garantisce un tetto sopra la testa durante la vecchiaia. Allevare ed educare una famiglia aggiunge un livello di complessità e burocrazia per cui molti genitori potrebbero esitare. Molti dei residenti di Roam affermano di poter immaginare di vivere transitoriamente per alcuni anni, ma non per sempre. Persino Alysia Hamilton, capogruppo uscente di Roam, ammette che "non abbiamo capito se siamo una soluzione permanente o una soluzione intermedia". Ma la convivenza è preziosa in determinati momenti - il lancio sul posto di lavoro, il cambiamento di carriera o la pausa e la pensione - quando le persone hanno meno impegni, vedono la vita senza radici più semplice e più attraente.

A sostenere questo non è solo l'Economist ma un'anche la più lungimirante azienda di arredo casa: Ikea.

L'azienda infatti ha iniziato nel 2018 un progetto di ricerca sui futuri modi del vivere chiamato "One Shared House 2030" con-

“Il coliving è una tendenza che privilegia le esperienze rispetto all'acquisizione. È una piattaforma che consente alle persone di trovare case in tutto il mondo senza doverne averne neanche una.”

Cit Bruno Haid, il co-fondatore di Roam



Figura 71. Interni coliving, Roam, Londra

dotto dall'azienda svedese in collaborazione con Space10, lo spin-off di IKEA situato a Copenhagen e specializzato in ricerca e consulenza sulle tematiche dell'abitare.

La finalità del progetto è ipotizzare nuovi concetti di convivenza che rispondano a fenomeni economici universali come la rapida urbanizzazione e la crescente mancanza di alloggi a prezzi accessibili, o problemi sociali come la solitudine. Perché entro il 2030 quasi il 70% della popolazione globale vivrà nelle città e quasi 2 miliardi di persone – un quinto della popolazione mondiale – non avranno accesso ad alloggi adeguati.

One Shared House 2030 si presenta come un questionario online per la cui esecuzione grafica e concettuale, Space10 ha stretto una partnership con il duo di designer di New York Anton & Irene. Il duo pone delle domande agli utenti come se stessero facendo richiesta per uno spazio di co-living nel 2030. Il questionario chiede quali beni e servizi siano necessari per questa nuova tipologia di casa, ad esempio dispositivi intelligenti, assistenza all'infanzia e auto a guida autonoma. Oppure, quali spazi della casa come cucine o aree di lavoro sarebbero disposti a condividere.

«One Shared House 2030 è un progetto di ricerca ludico», spiega Irene Pereyra del duo di design Anton & Irene, «che mira a ottenere suggestioni sul futuro della convivenza attraverso un'indagine collaborativa. Lo spettatore passa attraverso un processo in cui simula di iscriversi a una struttura di coliving per l'anno 2030, facendoci conoscere le sue preferenze sull'ambiente di vita. L'obiettivo è capire meglio le categorie de-

mografiche e le relative attitudini. Le informazioni che raccogliamo sono open-source, da utilizzarsi gratuitamente da chiunque, e completamente anonime». «L'idea», continua Bas van de Poel di Space10, «è ottenere una migliore comprensione di ciò che le persone vorrebbero come primo passo per il design».

Dato per assodato che i maggior incontri e interazioni all'interno di questi spazi avvengono nell'ambiente cucina, come può quest'ultima rimanere invariata?

Stiamo parlando di pura innovazione, di nuovi modi di abitare, nuove modalità di usufruire di uno spazio abitativo, insomma di Smartlivign.

Come possibile che all'interno di questi spazi ci siano ancora cucine figlie di una cultura ormai passata. Questa è la sfida di Franke: indagare in questo mondo tanto nuovo quanto complicato (per alcuni) da accettare, tuttavia questa non rappresenta solamente una sfida morale o ideologia per abbracciare un nuova filosofia di vita. Questa è una fetta di mercato inesplorata e succulenta che aspetta solo di essere presa.

LA CUCINA IN QUESTI SPAZI E' FIGLIA DI UNA CULTURA ORMAI PASSATA



Figura 72: Dettaglio cucina coliving Roam, Milano

5.2 Franke: Il mercato e la produzione aziendale

Franke nasce in Svizzera nel 1911 e da sempre ha basato il suo successo promuovendo prodotti con un'ingegneria innovativa dal design unico.

Principalmente nasce come azienda di miscelatori da cucine e bagno, tuttavia negli anni il mercato è stato implementato da altri prodotti come: piani cottura, forni, lavastoviglie, complementi, pattumiere per la raccolta differenziata e cappe (nel 2005 ha acquistato il gruppo Faber).

Franke ha lanciato nel 2015 la sua prima campagna globale, Make it wonderful, che punta su un nuovo codice di comunicazione, ironico e basato su illustrazioni fantasy. Il concetto è di rendere veramente la cucina il luogo più fantastico dove meglio si incontrano le persone e dove nascono sempre nuove sinergie. La nuova immagine del Gruppo, è frutto dell'estro di otto artisti internazionali, incaricati di raccontarne il mondo e dare una forma emozionale alle esperienze vissute ogni giorno sia negli ambienti domestici sia in quelli professionali in cui compaiono i prodotti per le cucine del marchio. Il nuovo linguaggio è stato adottato in tutti i paesi e da tutte le divisioni (Kitchen Systems, Foodservice Systems, Water Systems, Coffee Systems e Beverage Systems), con illustrazioni dedicate a ciascun settore. Frutto della fantasia libera da vincoli degli artisti, i disegni descrivono le immagini di vita e le emozioni stimolate dai prodotti Franke.

Il Coffee Systems presenta quattro modelli di rivoluzionarie macchinette del caffè dal design sofisticato e altamente funzionale. A100 è il nuovo modello tramite il quale è possibile selezionare la varietà di caffè, dimensioni della tazza e modalità operativa - assistenza o self-service - individualmente. Il sistema è completamente automatizzato ed estremamente semplice da usare: basta un solo tocco per servire meravigliosi caffè, creazioni di latte, cioccolata e tè. Dato che la macchinetta offre una preparazione rapida e semplice, è imbattibile nel mercato del



Figura 73. Alcuni prodotti Franke delle linee Kitchen Systems, Foodservice Systems, Water Systems e Coffee Systems

self-service e della ristorazione.

Dove trovarla? I settori di utilizzo possono essere le mense degli hotel di lusso, come Holiday inn express, Singapore o i grandi uffici come Migros, UBS e selecta e ancora nei più grandi punti ristoro come Ikea e McCafè

Il kitchen System prevede un serie di soluzioni adattabili a varie tipologie abitative, da piccoli loft a grandi open space. L'azienda si occupa della progettazione e produzione di miscelatori da cucina lavelli, piani cottura, gestione dei rifiuti, lavastoviglie, forni, frigoriferi e infine le cappe.

Da sottolineare che Franke fornisce i suoi

prodotti aziende di cucine che si occupano di progettare la struttura della cucina e non del singolo prodotto, come Scavolini, OBI, Lowe's Nobilia e Sanitas Troesh

Food service Systems prevede un sistema di forniture per la ristorazione che vanno dai piani, al sistema di ventilazione, ai lavelli e forni.

I loro clienti sono del calibro di McDonald's, KFC, Yum, Burger King e Vapiano e i loro negozi sono tutti rigorosamente in acciaio per la normativa vigente sui sistemi di ristorazione.

Franke si avvale di market manager regionale che creano il progetto insieme al punto vendita ovviamente personaliz-

zandolo secondo le esigenze.

Il Water System propone finiture ed elementi d'arredo orientati al futuro per bagni e bagni sono impressionanti per qualità, longevità, funzionalità e, non ultimo, per il loro design. Il loro mercato non è solo casalingo ma arreda anche palestra come il gruppo McFit, oppure grande aziende come Ricola, SBB, Edeka e Emi.

Il mercato è veramente grande e l'azienda con un fatturato di € 81.137.916 risulta essere sempre più in espansione con una crescita del 6% rispetto al 2016

Capitolo

6



**LE CUCINE NEI LUOGHI DI LAVORO:
PROBLEMATICHE E UTENTI**

6.1 I casi studio a Milano

Consumare cibo è un modo per stringere relazioni interpersonali, per rafforzare legami sociali e vincoli tra persone diverse, ma non solo è anche pura espressione creativa.⁴¹

Già nel capitolo 2 si è sottolineato quanto stimolare la creatività sia fondamentale per la riuscita di qualsiasi progetto.

Condividere cibo oggi è diventata un'esperienza comunicativa, in particolare nella tavola domestica lo spazio piano-tavolo è suddiviso in individuale o "privato" dedicato a ciascun commensale e in aree comunitarie o "pubbliche", dove vengono messe in campo relazioni spaziali, bisogni ed emozioni condivise dai commensali. Negli spazi di coworking queste aree spesso si fondono per creare una grande sinergia, risulta fondamentale creare una sistema che favorisca l'interazione durante la preparazione dei pasti in modo tale che la tavola non diventi un semplice appoggio per il piatto, ma uno "spazio culturale, psicologico e sociale", come afferma Alessia Cipolla.

Al fine di approfondire al meglio le dinamiche sociali e di gestione degli spazi che avvengono nelle cucine dei coworking, in questi mesi ho visitato alcuni di questi spazi nella città di Milano. Qui ho avuto la possibilità di parlare sia con il personale che gestisce lo spazio sia con i coworkers che lo utilizzano ogni giorno.

In questo periodo ho sviluppato un questionario inoltrato a tutti i partecipanti in formato Google doc. Purtroppo non tutti gli spazi hanno condiviso il mio documento dato il problema della tutela della privacy verso i loro utenti.

I coworking che hanno effettivamente partecipato al sondaggio, tutti nella città di



Milano, sono stati: lo spazio Yoroom in zona Isola, il Coworking Lab in zona Lambrate e Impact Hub in zona Cenisio.

Gli utenti a cui ho inoltrato il questionario sono così suddivisi: 150 coworkers per lo spazio di Yoroom, 80 coworkers per il Coworking Lab e infine 300 coworkers per

Impact Hub, per un totale di 530 possibili utenti.

Tuttavia solo il 47% degli utenti finali ha risposto al sondaggio per un totale di circa 249 risposte accettabili, suddivise in 29 risposte per lo spazio di Yoroom, 58 risposte per Coworking Lab e 162 per Impact hub.

Successivamente ho delineato dei profili

di personas, ovvero il target finale di riferimento per ogni spazio di coworking, al fine di personalizzare al meglio le problematiche legate all'ambito del progetto.

Di seguito sono riportate le abitudini e le problematiche relative allo spazio cucina di ogni coworking visitato.

⁴¹Alessia Cipolla(2015). Il progetto della tavola, costruire lo spazio della convivialità. Edizione Francoangeli.

1 Yoroom, Milano zona Isola

Coworkes : 150
Disposizione : 2 piani

Yoroom ha fatto parte del sondaggio di ricerca che ho portato avanti in questi mesi per la preparazione del progetto. Secondo i dati raccolti all'interno dello spazio c'è una maggior presenza di millennials con fascia di età 25-35 per lo più designer e architetti i quali lavorano all'interno dello spazio da circa 1/2 anni. Intervistando il Community Manager, Cecilia Stizza, è emerso come dato significativo che in realtà la cucina non venga mai utilizzato per cucinare poiché sopra al piano cottura è stato posizionato un microonde per disincentivare l'uso del piano a gas. I coworkers utilizzano quindi il microonde per scaldare il lunch box preparato la sera prima oppure il frigorifero per tenere yogurt, frutta e varie merende al fresco. La disposizione degli spazi è completamente casuale e disorganizzata. I cassetti non rispecchiano le funzioni di solito dedicate agli spazi domestici, come ad esempio cassetto sottile per le posate, quello grande per le pentole, quello lungo e stretto per le padelle. Inoltre la cucina, come tutte le cucine domestiche, è costituita da ante e cassetti con pannelli coprenti, ovvero di legno o vari laminati, questo preclude la vista del suo interno e, dato che lo storage non rispecchia quello casalingo, gli utenti devono aprire tutte le ante per capire cosa vi si trova all'interno. Questo meccanismo è molto disarmante perché chi utilizza la cucina per la prima volta e non capisce assolutamente come muoversi nello spazio. Tutto questo porta alla conseguenza che le uniche funzioni all'interno della cucina sono finalizzate all'utilizzo dei bicchieri, del microonde e dei distributori di acqua e bevande. "Sarebbe bello avere uno spazio dove cucinare" afferma Michele, designer coworkers- spesso mi porto le cose da casa e le scaldo in cucina, ma finisco sempre per mangiare le stesse cose, oppure vado a pranzare fuori

ma i prezzi nella zona sono veramente alti." Cecilia enfatizza che la scelta di bloccare i fuochi per la cottura è stata fatta dall'amministrazione nel 2016, quando il coworking è stato aperto, credendo che non fosse una reale esigenza delle persone voler cucinare qualcosa di sano ogni giorno, ma più che altro una scocciatura. E' proprio questo il punto di svolta del progetto. Spesso troppi cliché come "ho poco tempo" oppure "perché cucinare quando qualcun' altro può farlo per me" deviano la scelta verso proposte poco coerenti con i bisogni reali delle persone. Secondo il sondaggio a cui ho sottoposto i coworkers (figura 1) il 42,7% di loro utilizzerebbe volentieri ogni giorno i fuochi, magari organizzandosi a turni con gli amici. Questo non solo li farebbe risparmiare qualche soldo e migliorerebbe la loro dieta, poiché circa il 62% di loro lavora nel coworking fino a 4 giorni su 7, ma aumenterebbe notevolmente l'interazione a tavola.

Lo scopo di cucinare non è solamente un atto fine alla consumazione, crea interazione, coinvolge ed è un ottimo anti stress per i dipendenti, i quali si recano al suo interno 3/4 volte al giorno (il 49,2% degli intervistati) Dare la possibilità a chiunque di cucinarsi anche una semplice pasta è diventato ormai fondamentale all'interno di questi spazi e così facendo la cucina non viene utilizzata solamente per la pausa pranzo, ma diventa un ottimo metodo di integrazione per aperitivi e cene fra coworker. Bisogna abbracciare l'idea, come la stessa azienda Franke ha riscontrato, che la cucina nei luoghi di lavoro è un'opportunità per creare network fra le persone e questo va a favore non solo dei coworkers ma anche ai gestori dell'attività, poiché l'essenza di un riuscito coworking è la creazione di nuove opportunità lavorative.



Figura 74: Interni coworking Yoroom, Milano

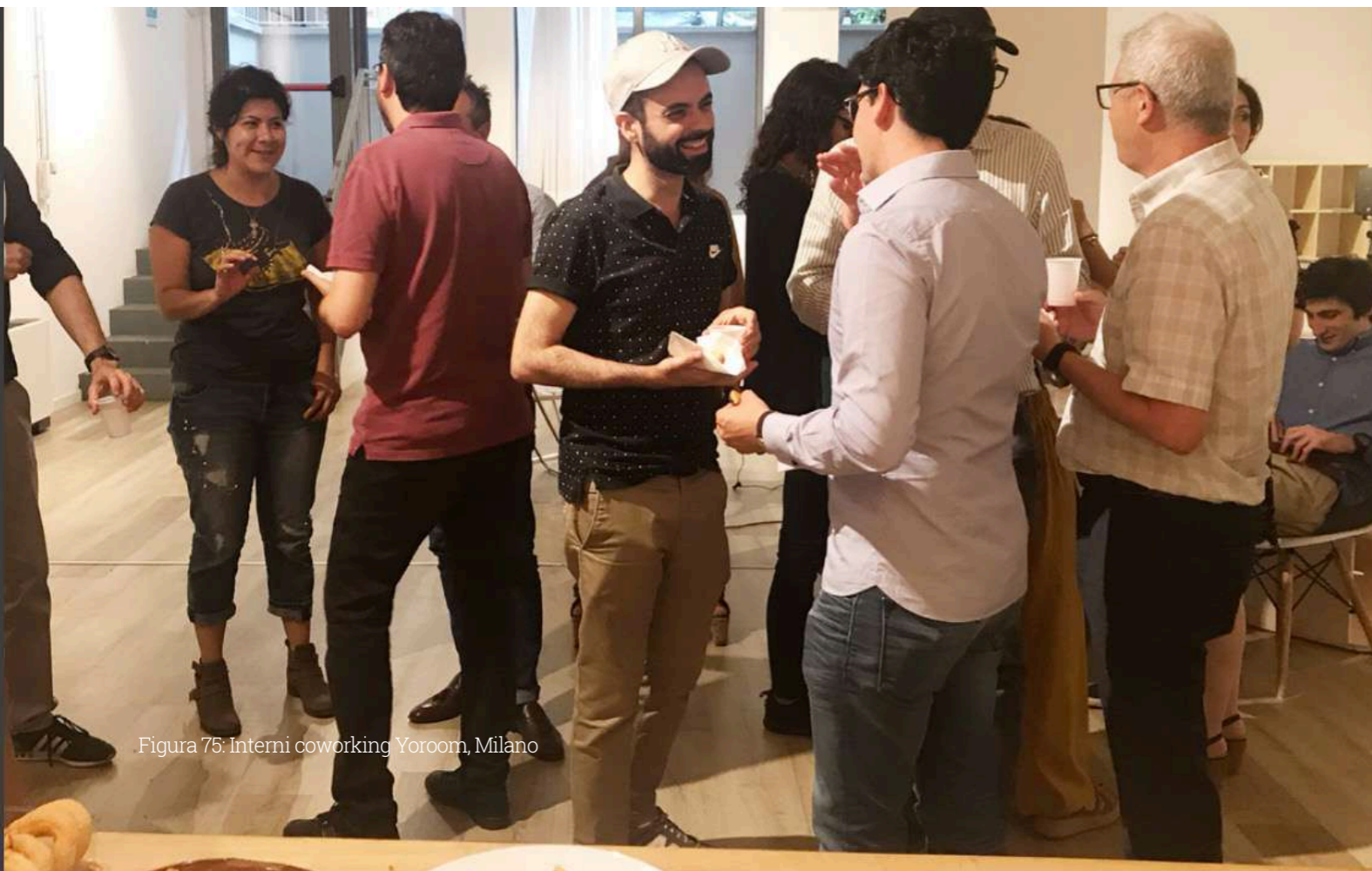
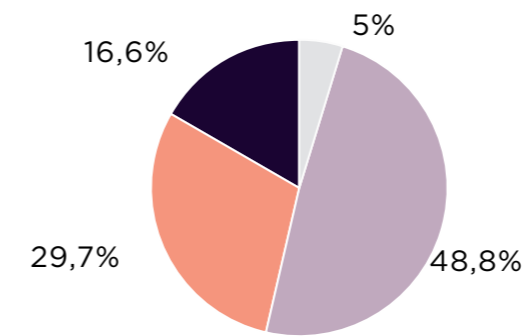


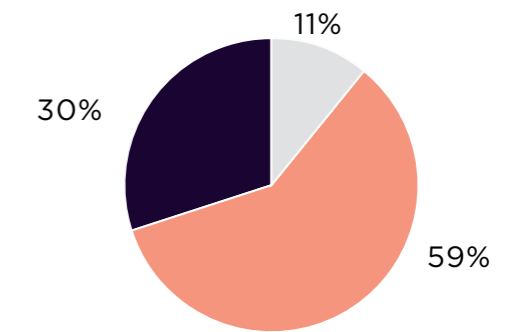
Figura 75: Interni coworking Yoroom, Milano

1) Quanti anni hai?



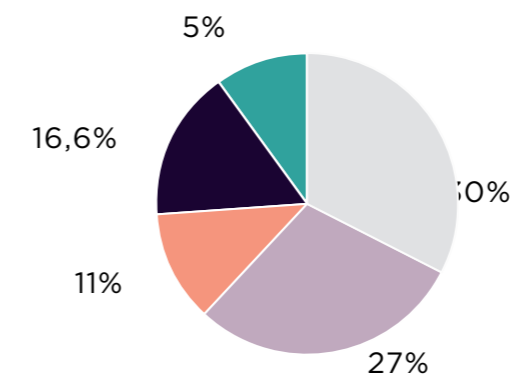
- Meno di 25
- 25-30
- 30-35
- 35-40
- Più di 40

2) Da quanto frequenti il tuo spazio di coworking?



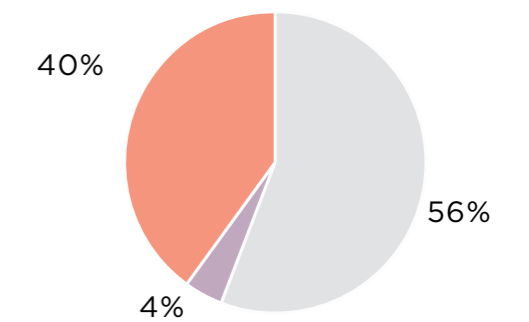
- Meno di 6 mesi
- Meno di un anno
- Da 1/2 anni
- Da 2/3 anni
- Più di tre anni
- Non lo frequento piu

3) Di che lavoro ti occupi?



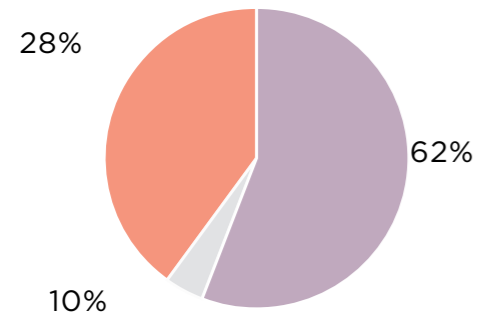
- Designer/web designer/grafico
- Architetto/ingegnere
- Consulente/commercialista
- Traduttore/interprete
- Giornalista/scrittore
- Ricerche di mercato

4) Che tipologia di spazio hai scelto fra quelli disponibili?



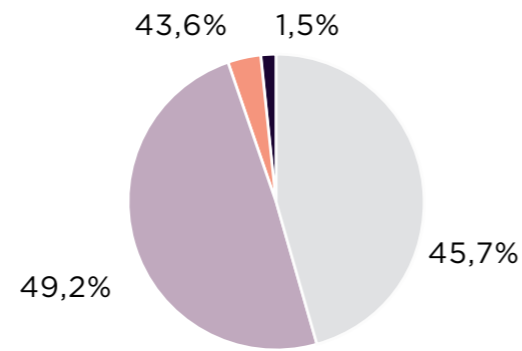
- Una scrivania condivisa con altre persone
- Una scrivania singola in uno spazio comune
- Una scrivania singola all'intero di una struttura riservata

5) Quanti giorni alla settimana ti rechi nel tuo spazio di coworking?



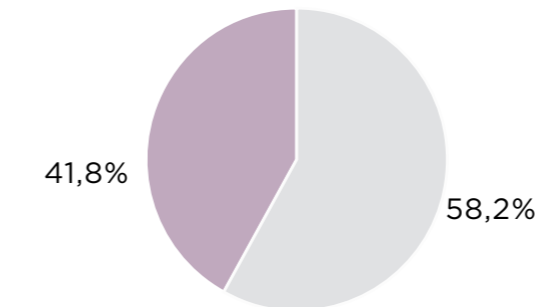
- 1-2 giorni alla settimana
- 3-4 giorni alla settimana
- 4-6 giorni alla settimana
- Tutti i giorni della settimana

6) Quanto spesso ti rechi nella food area?



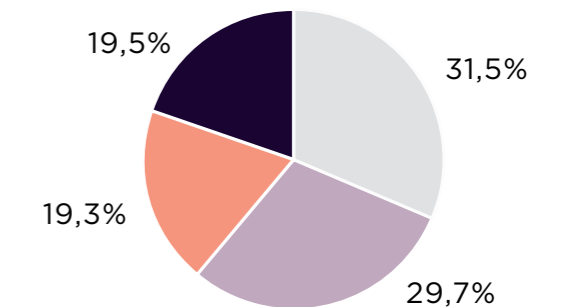
- 1-2 volte al giorno
- 3-4 volte al giorno
- Più di 4 volte al giorno
- Quasi mai

9) In cucina hai una zona dove puoi lasciare del cibo al sicuro?



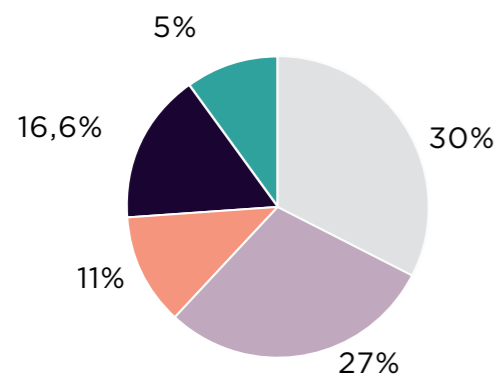
- Si
- No

11) Se nel coworking fosse presente un piano cottura, lo useresti in pausa pranzo?



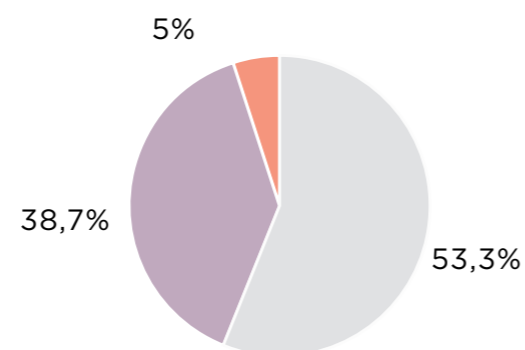
- Si, li utilizzerei spesso per non mangiare sempre un piatto pronto
- Si, li utilizzerei molto perché mi piace cucinare! E' un ottimo modo per socializzare
- No, non cucinerei molto perché mi porterebbe via troppo tempo
- No, non cucinerei mai perché sarebbe troppo caotico e impegnativo.

7) Durante una giornata tipo, come gestisci il pranzo?



- Mi porto cibo preparato da casa
- Spesso mi porto del cibo comprato al supermercato
- Preferisco ordinare su qualche app del cibo che mi viene consegnato
- Spesso preferisco uscire e mangiare in qualche bar in zona
- Esco per comprare qualcosa
- Cucino qualcosa nella cucina del coworking

8) Quale pietanza mangi più spesso per pranzo?



- Mangio più pasta o cereali (farro, quinoa, orzo ecc..)
- Generalmente mangio più carne o pesce con un contorno
- Mi preparo un' insalata con diverse e sfiziose aggiunte
- Dipende

Figura 76: Dati relativi al questionario inviato al coworking, formato Google doc, 7/09/2018

2 Talent Garden, Milano corso Lodi

Coworkes : 35-400
Disposizione : 3 piani con terrazzo

Il Coworking Talent Garden, già stato analizzato nel capitolo 4, è un importante centro di integrazione fra coworkers e l'innovazione digitale.

All'interno dello spazio sono posizionati dei Fab Lab e stampanti per la prototipazione 3d, eppure la cucina è una pecca anche di questo coworking.

E' importante sottolineare che lo spazio ospita 300-400 coworkers e prevede al primo piano un ristorante e bar interno, dove con un costo abbastanza moderato (10-15 euro) è possibile pranzare o bere un caffè con i clienti.

Il locale è molto utilizzato e sempre quasi sempre pieno. "Spesso le persone si siedono nella zona food senza effettivamente consumare cibo e bevande", racconta Francesco Lato, Community Manager.

Come illustrato in figura 2, la cucina di questo innovativo coworking si presenta come un agglomerato di elettrodomestici senza indicazioni su dove e come utilizzarla.

Il coworking ha deciso di togliere i fornelli poiché era convinto che le persone fossero poco interessate ad utilizzarlo, tuttavia i ragazzi che non utilizzano il ristorante ma si portano il lunch box, hanno sollecitato il loro interesse nel cucinare assieme un buon pasto.

Anche in questo coworking, come il caso studio precedente, la cucina si presenta con dei pannelli coprenti dove tutto è poco comunicativo. Sul lato corto troviamo due microonde e un bollitore all'angolo (oggetti immancabili in una food zone) e il grande frigo. Mentre il lato lungo è dominato da un grande lavandino e un top cucina praticamente vuoto, inoltre dietro a quelle ante di legno non si nascondono piatti o pentole ma bensì tupperware dimenticati e sacchetti di plastica, rendendo forse inutile la presenza

di una cucina come siamo abituati ad immaginarla.

Da sottolineare la cura che Talent Garden ha riguardo la salute dei suoi coworkers, infatti ogni giorno offre gratuitamente della frutta fresca per tutti gli utenti e promuove

“Spesso le persone si siedono nella zona food senza effettivamente consumare cibo e bevande”

Francesco Lato, Community Manager.

healthy food per i più svariati eventi che si tengono all'interno dello spazio. Come mai in un luogo che propone questa filosofia di lavoro non è possibile cucinarsi un piatto sano?

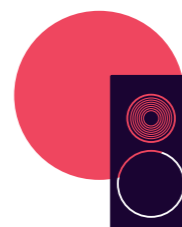
Probabilmente la zona dov'è oggi è la cucina non è ottimale essendo in uno spazio completamente aperto, sicuramente un domani se la cucina diventasse utilizzabile al 100% sarebbe fondamentale delimitare l'area con dei pannelli divisorii o cambiare posizione della cucina.

A causa della grandezza dello spazio e della tutela che riservano ai loro coworkers, non ho potuto inoltrare il sondaggio al fine di ampliare il mio progetto di ricerca.



MICROONDE

2



PIANO COTTURA

0



NESPRESSO

1



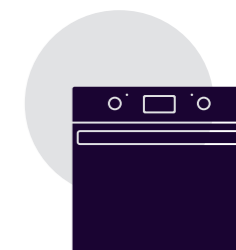
FRIGO

1



BOLLITORE

1



FORNO

0



Figura 77: Interni coworking Talent Garden, Milano

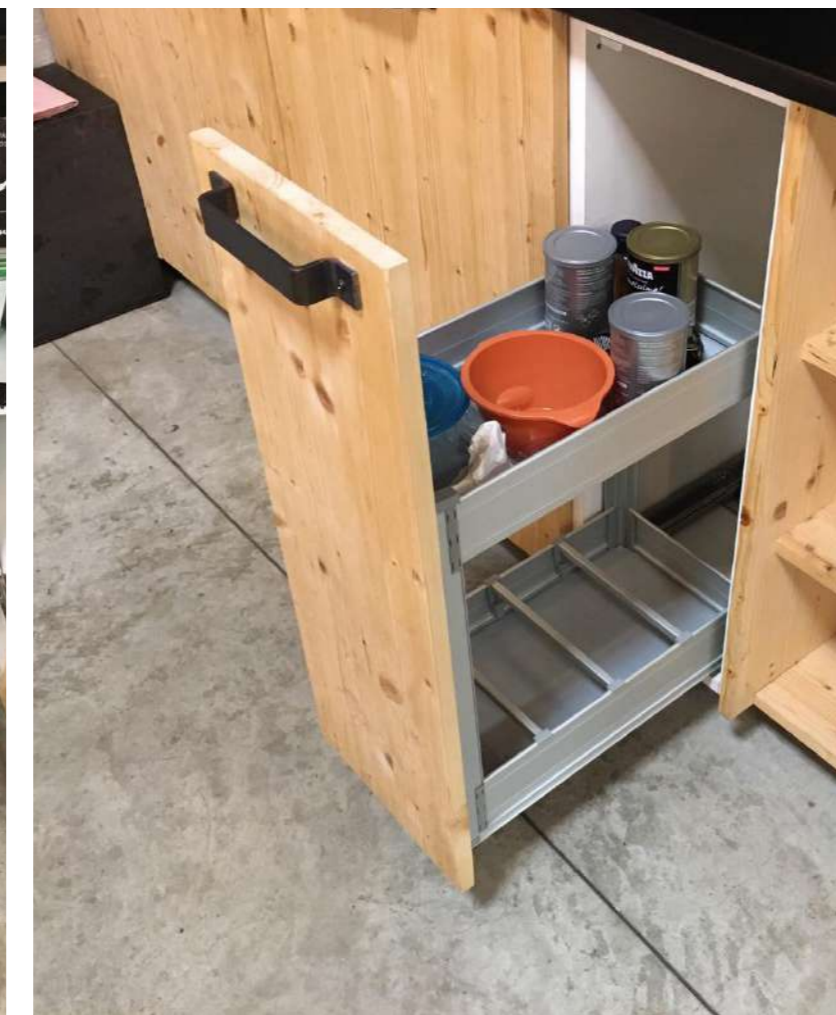


Figura 78: Interni coworking Talent Garden, Milano

Figura 79: Interni coworking Talent Garden, Milano

3 Impact Hub, Milano zona Cenisio

Coworkes : 300

Disposizione : 2 edifici su più piani

Impact è sicuramente il caso studio ideale per lo sviluppo di questo progetto. Come analizzato nel capitolo 3 questo spazio si promuove come incubatore si startup che abbiano un impatto sul sociale e sull'ambiente.

La cucina qui proposta figura (4) è un progetto di Valcucine personalizzato proprio per lo spazio di coworking.

Lo spazio è veramente grande e troviamo al suo interno 3 forni, 3 frigoriferi, una macchina caffè Nespresso e moltissime stoviglie e utensili. L'isola centrale funge da appoggio e da storage di tazze, bicchieri e piatti, mentre nella parete lineare troviamo quattro piani a induzione Ikea.

"Con il tempo si sono resi conto che non cucinare all'interno dello spazio era veramente uno spreco di spazio e di opportunità-afferma Anna Monicone, Community Host del coworking- così il personale ha acquistato delle piastre a induzione che vengono costantemente usate." All'interno di questo spazio ognuno cucina per sé o si creano dei piccoli gruppi e ogni volta che avanza qualcosa viene posizionata al centro dell'isola a segnalarne la condivisione.

Ad Impact Hub si fanno moltissime cene e eventi con partner importanti come Sky o Ikea e non manca mai un buffè finale.

Le problematiche riscontrate consistono nella poca comunicazione dell'ambiente, infatti tutta la cucina è tappezzata da cartellini che indicano cosa si trova all'interno dei cassetti (figura 5). Anche qui come negli altri spazi la disposizione degli oggetti non rispecchia quella domestica e il tutto risulta molto confuso e poco organizzato, costringendo gli utenti ad aprire ogni singola anta per vederne l'interno.

Una volta lavati i piatti vanno riposizionati in zone ben precise e poco intuitive per

questo troviamo cartelli "risciacqua qui" e "riponi qui" ovunque nell'ambiente.

Dal questionario inoltrato ai coworkers risulta esserci una grande presenza di designer e architetti ma anche lavoratori nel campo commerciale e ricerche di mercato.

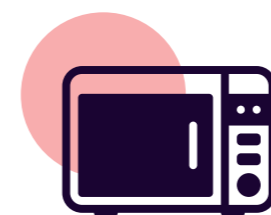
Le scrivanie condivise, utilizzate dal 51,7%

“Non cucinare all'interno dello spazio è uno spreco di spazio e di opportunità”

Anna Monicone, Community Host

degli intervistati, sono state costruite dai coworkers durante i loro giorni liberi questo sottolinea la profonda filosofia del coworking: un grande amore per ambiente e la creazione di una forte community.

Il coworking è frequentato da 4 a 6 giorni alla settimana dal 47,4% e, dato molto rilevante, alla domanda 10 "Devi cucinare un piatto di pasta per te e per altri amici, la lunghezza della cottura ti blocca?" il 47,7% degli intervistati ha affermato che cucinano volentieri un bel piatto di pasta, mentre il 35,1 % si sente bloccato a causa dei fornelli sempre occupati, infine solo 17,2% non vogliono cucinare a causa della sensazione di buttare via tempo.



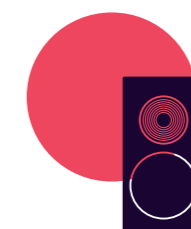
MICROONDE

2



FRIGO

3



PIANO COTTURA

4



BOLLITORE

2



NESPRESSO

1



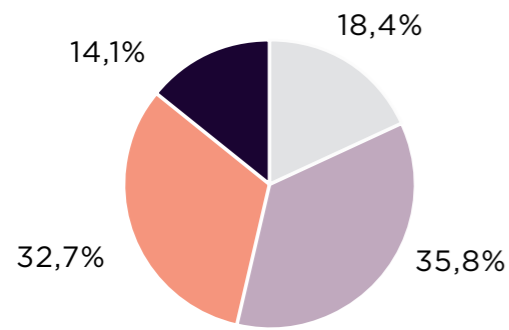
FORNO

3



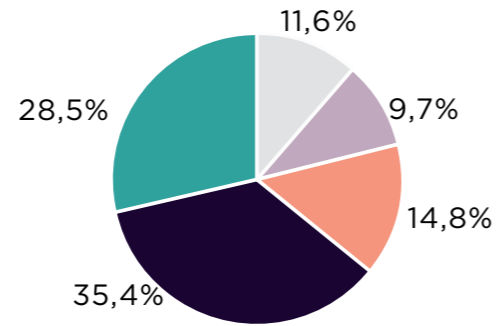
Figura 80: Interni coworking Impact Hub, Milano

1) Quanti anni hai?



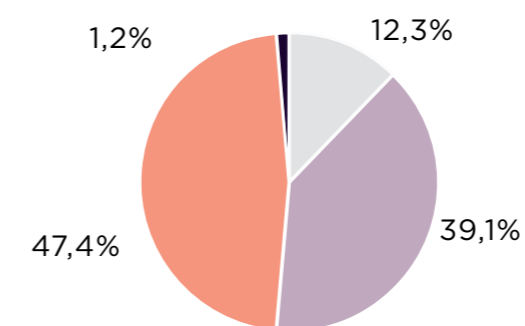
- Meno di 25
- 25-30
- 30-35
- 35-40
- Più di 40

2) Da quanto frequenti il tuo spazio di coworking?



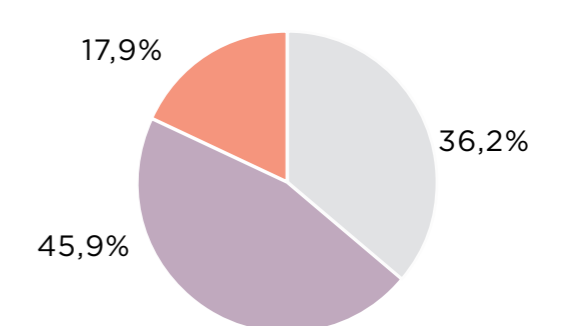
- Meno di 6 mesi
- Meno di un anno
- Da 1/2 anni
- Da 2/3 anni
- Più di tre anni
- Non lo frequento piu

5) Quanti giorni alla settimana ti rechi nel tuo spazio di coworking?



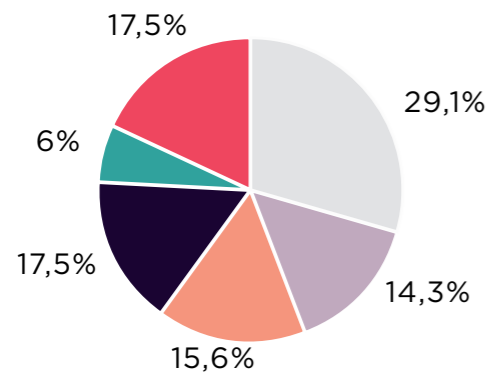
- 1-2 giorni alla settimana
- 3-4 giorni alla settimana
- 4-6 giorni alla settimana
- Tutti i giorni della settimana

6) Quanto spesso ti rechi nella food area?



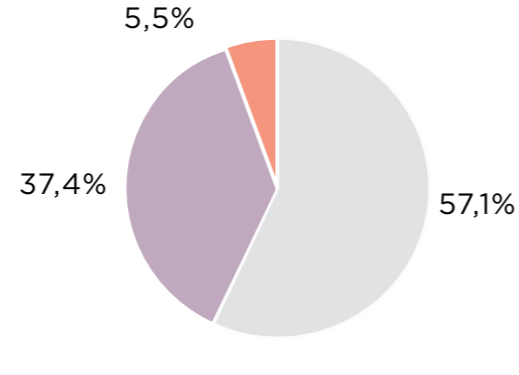
- 1-2 volte al giorno
- 3-4 volte al giorno
- Più di 4 volte al giorno
- Quasi mai

3) Di che lavoro ti occupi?



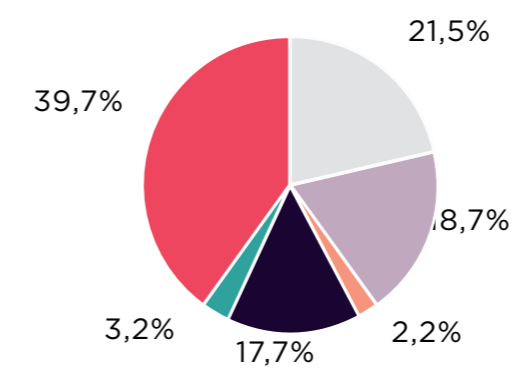
- Designer/web designer/grafico
- Architetto/ingegnere
- Consulente/commercialista
- Traduttore/interprete
- Giornalista/scrittore
- Ricerche di mercato

4) Che tipologia di spazio hai scelto fra quelli disponibili?



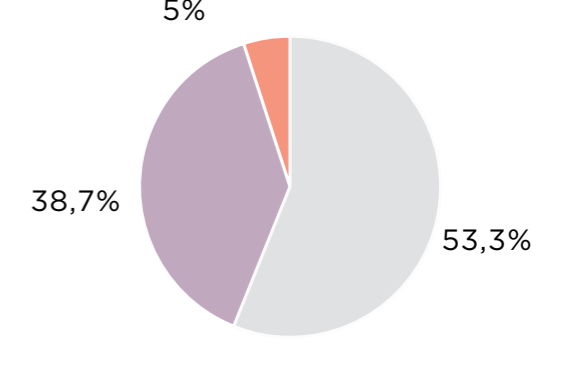
- Una scrivania condivisa con altre persone
- Una scrivania singola in uno spazio comune
- Una scrivania singola all'intero di una struttura riservata

7) Durante una giornata tipo, come gestisci il pranzo?



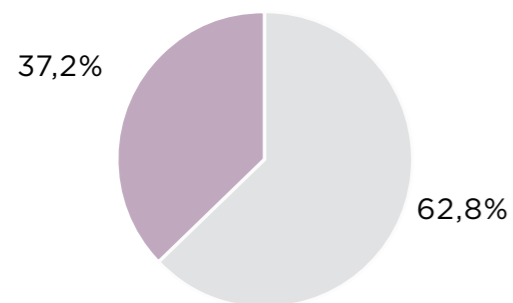
- Mi porto cibo preparato da casa
- Spesso mi porto del cibo comprato al supermercato
- Preferisco ordinare su qualche app del cibo che mi viene consegnato
- Spesso preferisco uscire e mangiare in qualche bar in zona
- Compro qualcosa di pronto in gastronomia
- Cucino qualcosa nel coworking

8) Quale pietanza mangi più spesso per pranzo?



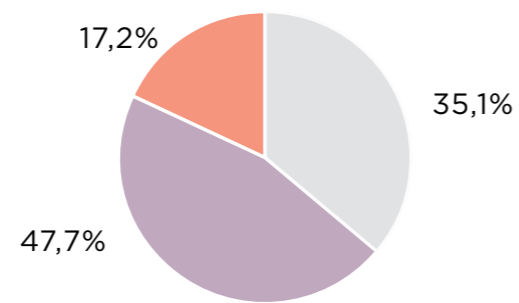
- Mangio più pasta o cereali (farro, quinoa, orzo ecc..)
- Generalmente mangio più carne o pesce con un contorno
- Mi preparo un' insalata con diverse e sfiziose aggiunte
- Dipende

9) In cucina hai una zona dove puoi lasciare del cibo al sicuro?



● Si
● No

10) Devi cucinare un piatto di pasta per te e per altri amici, la lunghezza della cottura ti blocca?



- Si, perchè spesso i fuochi sono occupati e non voglio aspettare così a lungo per mangiare
- Si, perchè non voglio buttare via tempo per cucinare. Il procedimento è troppo lungo (acqua che bolle, cottura pasta ecc)
- No, non mi sento bloccato. Cucino volentieri un bel piatto di pasta!

Figura 81: Dati relativi al questionario inviato al coworking, formato Google doc, 7/09/2018



Figura 82: Immagini cucina coworking Impact Hub, Milano



4 Coworking Lab, Milano zona Lambrate

Coworkes : 300
Disposizione : 2 edifici su più piani

Il Coworking Lab in zona Lambrate è un luogo popolato per la maggiore parte da architetti e ingegneri (46,2% degli intervistati) con una fascia di età leggermente maggiore rispetto alla media, ovvero 30-40 anni.

Questo dato non può passare inosservato, infatti data forse l'età, si evidenzia fra gli individui una maggior consapevolezza nel mangiare meglio per nutrire spirito e corpo. L'intero coworking si sviluppa su due livelli: al piano terra si estende una grande sala centrale con una propria cucina e come si può notare in figura X la situazione è alquanto caotica e disorganizzata. Non c'è una vera cucina intesa nel senso comune, infatti nella parte sinistra troviamo dei ripiani con un mini frigo, la Nespresso, un bollitore e un microonde, mentre nella parte destra troviamo il lavabo con la piastra a induzione Ikea.

E' importante soffermarsi sull'evidente capovolgimento funzionale dei cassetti rispetto alla tradizionale divisione casalinga. Come illustrano le foto il primo cassetto dedicato alla stoviglie è completamente inutilizzato e nei restanti due troviamo panni e piccoli elettrodomestici. Nella parte destra la situazione non prevede cassetti o pannelli e tutto è più accessibile. In questo lato, sotto al lavello si posizionano i piatti, bicchieri e detersivi per la pulizia dei piatti: invece sopra la top troviamo appesa la piastra a induzione, il ceppo dei coltelli e le posate a scolo.

Attraversando lo spazio si arriva al primo piano dove troviamo completamente un'altra situazione a livello di cucina.

Qui ritroviamo, come nei precedenti coworking, una cucina più tradizionale con ripiani e pannelli per coprire gli scompartimenti.

Gli elettrodomestici con cui è arredata sono: il frigo, un bollitore, la Nespresso e l'imman-

cabile microonde. Anche qui non c'è la presenza di un piano cottura ma utilizzano dei piani portatili a induzione Ikea. Parlando con Valentina Roderi, coworkers da più di 3 anni, mi racconta che la lavastoviglie non viene mai utilizzata poiché non ci sono mai così tante persone che mangiano contem-

“La lavastoviglie non viene mai utilizzata, funziona da scolapiatti”

Cit Valentina Roderi, 33 anni, archietto e coworker

poraneamente e risulterebbe un enorme spreco attivare un ciclo di lavaggio, quindi spesso è utilizzata da scola piatti quando quello a destra del lavandino risulta essere troppo pieno.

Per quanto riguarda la divisione degli spazi, anche qui vige la regola che le funzioni sono capovolte rispetto alla cucina tradizionale: partendo da sinistra troviamo uno storage di zucchero e sale, sotto al lavello i prodotti per la pulizia della cucina e dei piatti, poi la lavastoviglie inutilizzata e infine una zona di dispensa personale/comune.

La cucina affaccia su una suggestiva terrazza di legno che nei periodi caldi viene utilizzata dai coworkers come area per ma-

giare e rilassarsi.

Secondo quanto emerge dal questionario le persone si recano nello spazio cucina da 1-2 a 3-4 volte al giorno per il 38,5% degli intervistati, quindi questo spazio è tanto importante e vissuto quanto la zona meeting all'interno del coworking. Perché quindi dedicarci meno importanza? Perché non sviluppare un progetto per questi spazi?

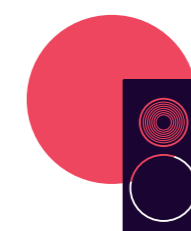
Per quanto riguarda il problema della cottura, il 41,5% degli intervistati ha espresso di cucinare spesso per sé e per i compagni, infatti volentieri si dividono la spesa e pensano in team alla preparazione del pranzo. Tuttavia il 29,7% è demotivato ad utilizzare la cucina per la cottura dei cibi, poiché l'unico for-

nello a disposizione risulta essere sempre occupato da altri coworkers. Infine la minoranza dei coworkers, il 28,8% afferma di non voler cucinare per la paura di buttare via troppo tempo, preferendo altre soluzioni.



MICROONDE

2



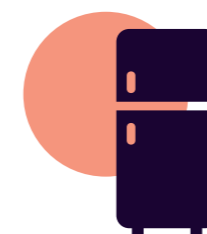
PIANO COTTURA

2



NESPRESSO

2



FRIGO

2



BOLLITORE

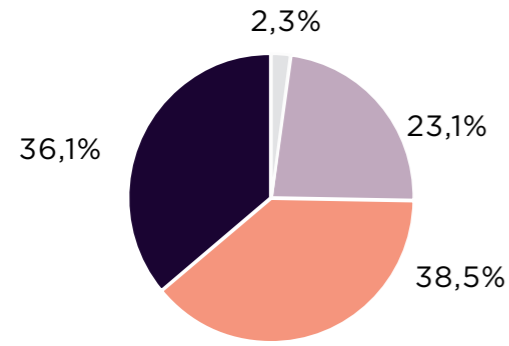
2



FORNO

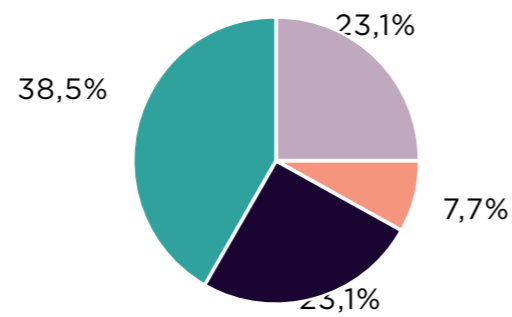
0

1) Quanti anni hai?



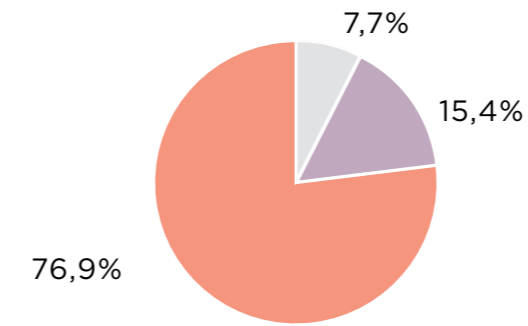
- Meno di 25
- 25-30
- 30-35
- 35-40
- Più di 40

2) Da quanto frequenti il tuo spazio di coworking?



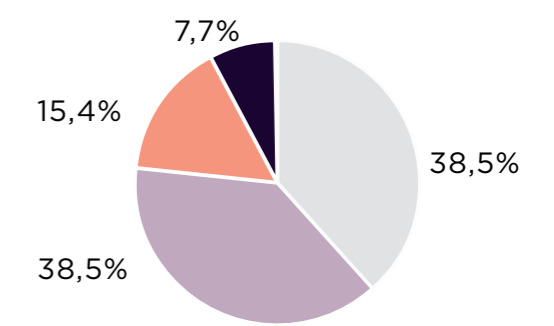
- Meno di 6 mesi
- Meno di un anno
- Da 1/2 anni
- Da 2/3 anni
- Più di tre anni
- Non lo frequento piu

5) Quanti giorni alla settimana ti rechi nel tuo spazio di coworking?



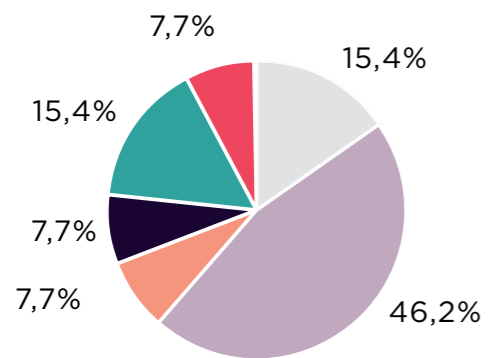
- 1-2 giorni alla settimana
- 3-4 giorni alla settimana
- 4-6 giorni alla settimana
- Tutti i giorni della settimana

6) Quanto spesso ti rechi nella food area?



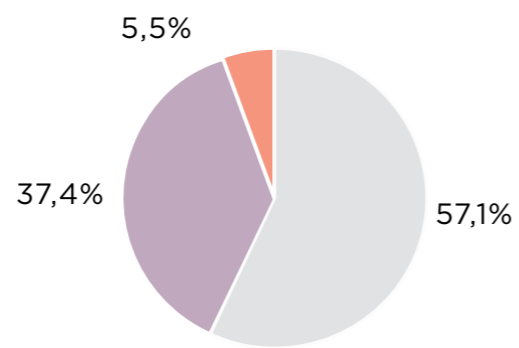
- 1-2 volte al giorno
- 3-4 volte al giorno
- Più di 4 volte al giorno
- Quasi mai

3) Di che lavoro ti occupi?



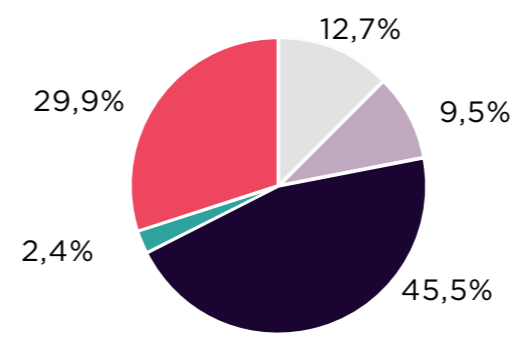
- Designer/web designer/grafico
- Architetto/ingegnere
- Consulente/commercialista
- Traduttore/interprete
- Giornalista/scrittore
- Ricerche di mercato

4) Che tipologia di spazio hai scelto fra quelli disponibili?



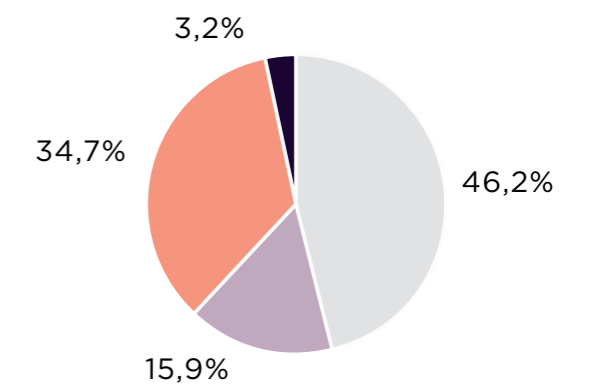
- Una scrivania condivisa con altre persone
- Una scrivania singola in uno spazio comune
- Una scrivania singola all'intero di una struttura riservata

7) Durante una giornata tipo, come gestisci il pranzo?



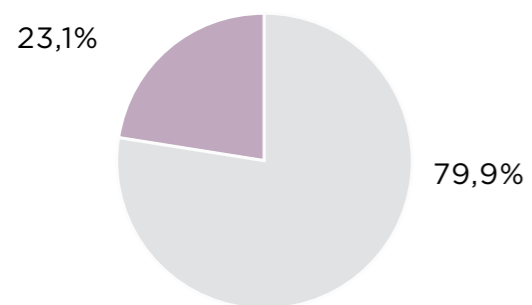
- Mi porto cibo preparato da casa
- Spesso mi porto del cibo comprato al supermercato
- Preferisco ordinare su qualche app del cibo che mi viene consegnato
- Spesso preferisco uscire e mangiare in qualche bar in zona
- Compro qualcosa di pronto in gastronomia
- Cucino qualcosa nel coworking

8) Quale pietanza mangi più spesso per pranzo?



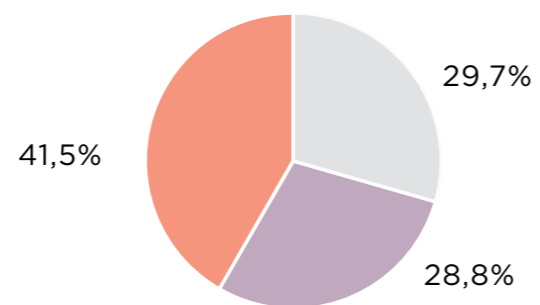
- Mangio più pasta o cereali (farro, quinoa, orzo ecc..)
- Generalmente mangio più carne o pesce con un contorno
- Mi preparo un' insalata con diverse e sfiziose aggiunte
- Dipende

9) In cucina hai una zona dove puoi lasciare del cibo al sicuro?



● Si
● No

10) Devi cucinare un piatto di pasta per te e per altri amici, la lunghezza della cottura ti blocca?



- Si, perchè spesso i fuochi sono occupati e non voglio aspettare così a lungo per mangiare
- Si, perchè non voglio buttare via tempo per cucinare. Il procedimento è troppo lungo (acqua che bolle, cottura pasta ecc)
- No, non mi sento bloccato. Cucino volentieri un bel piatto di pasta!

Figura 83: Dati relativi al questionario inviato al coworking, formato Google doc, 7/09/2018



Figura 84: Immagini cucina Coworking Lab, piano terra, Milano





Figura 85. Immagini cucina Coworking Lab, piano -1, Milano

1° Cassetto
inutilizzato

2° e 3° Cassetto
panni ed elettrodomestici di
piccole dimensioni

Parte sinisistra
piatti e bicchieri

Parte destra
detersivi per la pulizia e
tupperware dimenticati



6.2 Personas

Dopo avere analizzato tutte le caratteristiche di questi spazi, con relative problematiche ho sviluppato quattro personas che rispecchiano le abitudini alimentari di quattro ipotetici utenti che utilizzano lo spazio.

Il caso più lontano dal progetto è chi non cucina mai all'interno dello spazio e frequenta ristoranti e bar della zona, tuttavia anche per questi utenti non mancano le problematiche, poiché essendo proprio i meno frequentatori della cucina e non conoscendo quindi la disposizione delle stoviglie, sono disorientati qualora dovessero approcciarsi alla preparazione anche di un semplice piatto. Tuttavia anche queste

per una questione economica, ma anche alimentare preferiscono cucinarsi il pranzo la sera prima e portarlo in ufficio dentro il tupperware. Questi utenti oltre a posizionare il lunch box dentro il frigo ogni mattina, una volta consumato il pasto devono sempre lavarlo per evitare cattivi odori.

Infine, caso limite e molto interessante per lo sviluppo del progetto, troviamo l'utente che utilizza ogni giorno la cucina per prepararsi qualcosa di sano e gustoso da condividere. Questo utente ovviamente ha le più disparate problematiche, dal trovare facilmente l'utensile per cucinare, alla pentola dalle dimensioni giuste, a ridurre i cicli di lavaggio per ottimizzare i tempi e infine il grande problema della gestione dei flussi nelle ore di punta. Infatti nella fascia oraria 13-14:30 la cucina si popola di persone alla ricerca di pentole, piatti e stoviglie per prepararsi il pranzo. Questo è molto caotico e se la cucina non è organizzata al meglio crea molto stress agli utenti, i quali o non trovano gli utensili o non hanno il piano cottura libero per cucinare o, ancora, c'è la pila di piatti sporchi dal turno precedente.

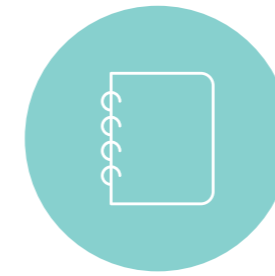
Di seguito sono riportati i profili delle quattro personas.

4 PERSONAS 4 UTILIZZI DELLA CUCINA

persone utilizzano lo storage della cucina per lasciare qualche snack da consumare durante la giornata.

Altro profilo è chi preferisce ordinare cibo online, consegnato direttamente in ufficio. Questo tipo di utenti utilizza app come Foodora e Foorban, nuova app centrata sul delivery del pranzo nei luoghi di lavoro. Finito il pranzo l'utente getta ogni componente nella spazzatura, senza preoccuparsi del lavaggio o dello storage, ciononostante anche questi utenti utilizzano la cucina per prepararsi uno snack sano o fare colazione in compagnia dato che la scelta di non cucinarsi il pranzo è data principalmente dal poco tempo a disposizione.

Successivamente ci sono gli utenti che vuoi



Coworker
che mangia
al ristorante



Coworker
che ordina il cibo
online



Coworker
che si porta
il lunch box



Coworker che
cucina all'interno
dello spazio



 RISTORANTE



“Mi piace scoprire sempre posti nuovi!”



NOME Mirko
 ANNI 35 anni
 NAZIONALITA' Italiano
 PROFESSIONE Ingegnere informatico
 DOVE LAVORA Yo room, Milano



DAILY ROUTINE

- 1_ Alla mattina o pomeriggio utilizza la cucina per prendere il caffè macchiato e fare due chiacchiere con gli amici!
- 2_ Spesso utilizza il frigo per qualche succo\bibita da tenere fresco!
E non manca mai qualche goloso snack nella dispensa!
- 3_ A pranzo preferisce mangiare fuori in qualche ristorante o bistrot! Ha una vera passione per le novità culinarie, d'altronde è un pessimo cuoco quindi si affida alle mani degli chef!
- 4_ Capita spesso che all'interno del coworking si festeggi qualche compleanno o che sia previsto un catering dopo una conferenza! Mirko è sempre in prima fila a fare il carico di prelibatezze.

PROBLEMATICHE

“Utilizzando molto poco la cucina non so mai dove **trovare** le cose!
 Nella dispensa metto qualche snack, ma spesso mi **dimentico** dov'è e non lo trovo più!”



 DELIVERY FOOD



“Il segreto del successo è trasformare l'argomentazione più debole nella più forte.”



NOME Luca
 ANNI 28 anni
 NAZIONALITA' Italiano
 PROFESSIONE Traduttore
 DOVE LAVORA Inwork, Milano



DAILY ROUTINE

- 1_ Alla mattina fa colazione con gli amici del coworking! Beve un caffè con un goccio di latte ed essendo vegano ha il suo specifico latte da lasciare in frigo!
- 2_ A metà mattina cerca di mangiare il più salutare possibile: un buon frutto o della frutta secca ma spesso si lascia conquistare dalla sua cioccolata vegan free!
- 3_ E' un amante della tecnologia! Verso le 13 ordina del cibo online, spesso pasta o cereali ma a volte anche tofu o una bella insalatona! Utilizza molto Foorban perché ci sono moltissime ricette vegan free ma anche Foodora, Delivero e Just eat non mancano nel suo dispositivo!
- 4_ Entro 40 min avviene la consegna e consuma il pasto insieme ai suoi amici nell'area comune! Nell'attesa chiacchiere sempre con qualcuno! E' un ragazzo super socievole e sorridente!
- 5_ Finito il pasto è molto attento a dividere i rifiuti e si occupa della raccolta differenziata per tornare poi super carico a lavoro!

PROBLEMATICHE

“Alla mattina faccio sempre colazione in compagnia, mi piace moltissimo chiacchierare e stare con i miei amici! Essendo vegano ho uno spazio del **frigo dedicato** con prodotti che spesso compro online, tuttavia a volta spariscono sotterrati dal cibo altrui!
 Devo dire che quando mi capita di utilizzare qualche stoviglia, per farmi un the e uno snack (adoro i pancakes alle 5 di pomeriggio) rilavo sempre i piatti con la mia **spugnetta** e il mio detersivo perchè non voglio entrare in contatto con cibo di origine animale!”



LUNCH BOX



"I love healthy life!"



Dixie



NOME Zoé
 ANNI 32 anni
 NAZIONALITA' Francese
 PROFESSIONE Copywriter
 DOVE LAVORA Coworking Lab, Milano

Hobby



Sport



DAILY ROUTINE

- 1_ Il giorno prima cucina il pranzo a casa e una volta arrivata nello spazio di coworking lo posiziona all'interno del frigo.
- 2_ Verso le 11:00 si trova con qualche amico a bere una tisana o una bevanda fresca e magari mangia un buon frutto!
- 3_ Per le 14:00 recupera il suo lunch box dal frigo e lo mette in microonde, mentre aspetta fa due chiacchiere con un collega oppure si connette ai social tramite cellulare.
- 4_ Zoé per ogni scelta alimentare segue sempre il suo mantra: avere una vita sana! Infatti una volta che il piatto è caldo utilizza i propri condimenti senza glutine e grassi!
- 5_ Finito di mangiare in compagnia, lava a mano il proprio box con il proprio detersivo bio e la propria spugnetta (ha molta paura di venire a contatto con il grano). Non utilizza quasi mai la lavastoviglie perché ha tempi di ciclo troppo lunghi.

PROBLEMATICHE

"Alla mattina arrivo molto presto e il frigo è quasi sempre vuoto in modo da posizionare il mio lunch box all'interno, tuttavia a ora di pranzo **non lo trovo** quasi mai, finisce sempre infondo o sotterrato da mille cose. L'attesa per scaldare il cibo non è troppo lunga e faccio volentieri una chiacchiera se c'è da aspettare!

Il mio grande problema essendo celiaca è il **lavaggio del cibo**, infatti mi porto sempre da casa la mia spugnetta e il mio sapone dentro un sacchetto che non lascio mai in cucina, ho troppa paura che venga usato!"



CUCINA



"Se si condivide è meglio!"



NOME Monica
 ANNI 24 anni
 NAZIONALITA' Spagnola
 PROFESSIONE Graphic Designer
 DOVE LAVORA Impact Hub, Milano

Hobby



Sport



DAILY ROUTINE

- 1_ Ha un gruppo wathapp con 4-5 amici e lavorano tutti nella stessa scrivania condivisa!
- 2_ Si organizzano per dividersi la spesa per il pranzo in modo da cucinare sempre qualcosa di salutare e sfizioso!
- 3_ All'interno dello spazio utilizzano tutti gli elettrodomestici : microonde, lavello, piano cottura, frigorifero, bollitore e tutte le stoviglie che sono a disposizione.
- 4_ Sono molto attenti alla raccolta differenziata e finito di mangiare, caricano la lavastoviglie e tornano subito a lavoro! Non c'è tempo da perdere!

PROBLEMATICHE

"Quando sono arrivata per la prima volta in cucina ho dovuto aprire tutte le ante e capire esattamente la disposizione degli oggetti che ancora oggi è parecchio confusionaria! Non funziona come a casa mia! La gente qui va e viene infatti spessissimo mi trovo in cucina a dare indicazioni ai nuovi arrivati!

Un grande problema è che nelle ore di punta (12:30-14) quando i piani di lavoro si sovrappongono e tutto diventa poco accessibile! Un momento tutti affollati al lavello e in quello dopo ai fornelli! A volte si perde veramente troppo tempo!

Vorrei svuotare la lavastoviglie dopo che ho preso il caffè o comunque in pausa pranzo, ma per i tempi di ciclo troppo lunghi mi conviene spesso lavare le cose a mano!"



Capitolo

7



IL PROGETTO

7.1 Evoluzione storica e tipologia dell'ambiente cucina

Dopo aver analizzato le varie problematiche, sia dimensionali che funzionali, degli ambienti cucina all'interno degli spazi di coworking, quello che segue è un progetto realizzato secondo le esigenze reali degli utenti che utilizzano e sfruttano lo spazio in modalità differenti rispetto alla cucina domestica.

CUCINA DI FRANCOFORTE PRIMO MODELLO STANDARDIZZATO

Ma com'è nata la casa moderna? Prima di focalizzarci sul progetto è importante capire di chi sono frutto i progetti delle cucine moderne e come si è sviluppato negli anni il concetto di modularità.

A partire dal XVIII secolo comparve nelle cucine il Potager, ovvero un fornello in muratura dotato di un numero di focolai variabile secondo l'esigenza.

L'introduzione di questo strumento portò a capovolgere il punto di vista riguardo alla cottura degli alimenti. Il Potager consentiva di gestire la cottura in modo ampio e diversificato, potendo cucinare vari alimenti contemporaneamente e gestendo l'intensità del fuoco.

Come conseguenza a questa nuova modalità di cottura del cibo, nacquero in quegli anni la letteratura del mondo culinario, ovvero i primi ricettari che spiegavano la succes-

sione degli ingredienti. Attraverso il Potager si affermò un'organizzazione diversificata della cucina: da grande e fumoso locale, divenne un ambiente più razionale e pulito. Successivamente nel 1848 Stewart inventò la cucina economica, grazie ai protagonisti indiscussi del XIX secolo: il carbone (che si sostituì alla legna) e il ferro (che sostituì la ghisa). Si trattava sostanzialmente di un fornello mobile a più fuochi in ghisa che sostituì lentamente il vecchio Potager in muratura. La diffusione di combustibili più performanti garantì una maggiore disponibilità di calore e la possibilità di cuocere quantità maggiori di cibo e per un tempo più lungo. Nel 1890 la cucina economica usata fino a quel tempo subì una profonda modifica grazie all'invenzione dell'alimentazione a gas che sostituì legna e carbone e da allora in poi rappresentò la prima fonte di energia domestica fino agli anni '30.

Facciamo ora un salto temporale fino ai primi anni del 900 dove si delinea una grande innovazione in tema culinario e di alimentazione. Già a fine 800 si assiste alla diffusione del cibo in scatola che accelera e semplifica la complessità della cottura, questo processo viene lentamente interiorizzato da tutte le classi sociali. " Al tempo stesso -afferma Germano Celant- i procedimenti si allineano e semplificano secondo una sequenza processuale che coinvolge l'aggregazione di utensili e ingredienti trasformando la cottura da un piano teorico a uno poetico: i libri di ricette diventano best-seller." ⁴²

Solo nel 1905 gli oggetti casalinghi come pentole, tegami e bollitori si trasformano in terminali, tramite prese e fili dell'alimentazione elettrica⁴³ seppur l'uso del gas e del carbone continui.

Da questo momento gli architetti si impegnano tra il 1915 e il 1923 nel definire, in maniera sperimentale, una realtà razionale e moderna della cucina. Tale dialettica trova risposta nel 1926-1927 con la realizzazione della Cucina di Francoforte, disegnata da



Figura 86. Cucina di Francoforte, disegnata da Margarete Schütte-Lihotzky, 1926.

Margarete Schütte-Lihotzky la quale venne incaricata dall'assessore-urbanista Ernst May di occuparsi della progettazione delle cucine per i nuovi quartieri operai tedeschi Siedlungen. Si trattava di quartieri molto significativi per le soluzioni tipologiche adottate, legate alla serializzazione ed alla industrializzazione dei vari elementi, una concezione e una realtà produttiva totalmente nuova. La superficie minimizzata di tali appartamenti diede motivo a Ernst May di formulare l'esigenza che essi dovessero venire consegnati arredati agli utenti, in quanto il pieno sfruttamento dell'abitazione risultava impossibile con i mobili dell'artigianato, troppo ingombranti e comunque inadatti. La Schütte-Lihotzky realizzò così i primi modelli di cucina standardizzata che le servirono per mettere a punto la famosa "Frankfurter Küche" (Cucina di Francoforte), che fra quell'anno e il 1930 fu prodotta in circa 10000 esemplari realizzati in un ampio numero di varianti. Si tratta di uno dei più significativi risultati del funzionalismo il cui contributo fu essenziale per la futura standardizzazione delle cucine componibili ad elementi integrabili.

Il progetto riesce a catalizzare i punti cardine delle teorie e delle ricerche europee sull'alloggio minimo: la razionalizzazione degli spazi secondo i principi dell'economia domestica, la continuità dei piani d'appoggio dei mobili, che dovevano avere la stessa altezza da terra, la loro distribuzione in pianta secondo uno schema ad "U".

Questa soluzione prevedeva che con il minimo ingombro si garantisse il massimo sfruttamento della superficie disponibile, questa fu sviluppata concentrando le funzioni, conseguendo una perfetta organizza-



Figura 87: Cucina Contralto, Snaidero, 1988

zione del lavoro e una riduzione al minimo dei percorsi. Tutti gli elementi furono collocati secondo due cicli di lavoro previsti dalla progettista. Uno per la preparazione e la cottura dei pasti e l'altro, in verso op-



Figura 88: Bass House - Puff, Straub, Herzsma, 1972

posto, per il rigoverno del locale: lavatura, scolatura, asciugatura e deposito stoviglie. La scelta dei materiali (fondamentalmente vetro, alluminio, legno e ceramica) fu compiuta sulla base di requisiti estetici, economici ed igienici; il colore azzurro carico ad esempio fu scelto per allontanare le mosche. La cucina di Francoforte era dotata di un tavolo metallico facilmente lavabile, di un asse da stiro ribaltabile abbinato a un ferro elettrico e di un lavandino con sgocciolatoio anch'esso ribaltabile.

Il cassetto per la farina era in legno di quercia per tenere lontano i vermi; i pensili e gli armadi erano tutti allineati e ad in-

casso per evitare l'accumulo di polvere; i pavimenti erano in mattonelle e le pareti in piastrelle; la lampada era agganciata al soffitto mediante un binario che permetteva di illuminare ogni angolo della cucina in modo puntuale e là dove ve ne era maggiore necessità.

In questo spazio tutto è altamente funzionale, gli strumenti coesistono in sincronia e le apparecchiature sono dappertutto. La cucina di Francoforte è universalmente ritenuta una delle migliori soluzioni mai realizzate dal punto di vista organizzativo, di apparecchiatura e di impianto su un minimo sviluppo planimetrico (3,44 metri per 1,87

⁴² VIII Triennale Design Museum, Cucina & ultracorpi. Catalogo della mostra (Milano, 9 aprile 2015-21 febbraio 2016), Mondadori

⁴³ Ricas Paola, La cucina italiana: cinquant'anni di cambiamento del gusto, in La casa: evoluzione dal 1950 a oggi, Piva Antonio & Cao Elena, Roma, Gangemi, 2007

metri). Rappresenta il superamento di un modo di concepire la cucina ormai antico, superaffollata di oggetti e ingombri, trasformando la cucina in un laboratorio di facile manutenzione.

Nel periodo che va dal 1948 al 1955 negli Stati Uniti si delineò la tendenza di usufruire della cucina come spazio di grande convivialità dove si trascorrevano la maggior parte delle attività domestiche. Ciò accadde perché le donne americane si opposero all'usuale cucina che le isolava dallo spazio domestico e condiviso della casa, classificandole al ruolo di casalinghe, il mondo casalingo infatti stava favorendo una lenta ripartizione delle incombenze domestiche tra i sessi.

Grazie agli studi svolti da architetti europei e statunitensi, le cucine domestiche avevano raggiunto un grande livello di sviluppo potendo quindi affrontare il problema degli standard dimensionali.

La progettazione degli architetti si rivolse quindi a moduli che permettessero non solo la compatibilità dei vari elementi ma dei modelli costruttivi rapidi nel montaggio a favore di una produzione in serie.

Questi modelli standard si indirizzarono dapprima a singoli accessori della cucina e successivamente alla totalità dell'arredo. Ci fu un'invasione di elettrodomestici sempre più indispensabili e grandi che in poco tempo diventarono l'icona della casa moderna. Il fornello fu unificato al resto della struttura cucina, non più isolato da essa e la vecchia ghiacciaia fu sostituita dal frigorifero.

Per quanto riguarda i materiali la cucina fu influenzata, come spesso accade anche oggi, dal settore dell'automobile, quindi si adottarono delle ante in lamiera smaltata a fuoco pulita e igienica (Guerra & Rebecchi, 1995) nasceva così la cucina componibile che oggi tutti conosciamo.

Il concetto di base era componibilità: infinite soluzioni offerte al consumatore che si adattassero ad ogni tipo di locale.

Bisogna sottolineare che la cucina americana degli anni '50 divenne proprio un simbolo di emancipazione ma, complessivamente

erano dei mobili accostati l'uno all'altro, anche se le altezze, i colori e le forme componevano un insieme unico e continuo nello spazio

Negli anni '70 ci fu un grande momento di svolta poiché le nuove produzioni tendevano a privilegiare la qualità e le richieste di design più sofisticati e personalizzati si accompagnava alle nuove valenze che l'ambiente cucina tendeva ad assumere (Cortinovis, 1993)

Importante sottolineare che il tinello scomparve dalla casa, portando con sé un cambiamento culturale poiché la zona cucina stava diventando abitabile a tutti gli effetti e questo comportò un cambio di paradigma costruttivo.

Queste nuove soluzioni progettuali coinvolsero molti architetti e designer del tempo, fra cui Frank Lloyd Wright il quale capendo che la cuoca di casa, ovvero la signora, non poteva più essere relegata in un piccolo spazio ristretto, Wright collega alla cucina in un nuovo ambiente: il soggiorno (Baden-Powell, 2005).

La cucina dagli anni '80 esce dall'angolo dove è stata relegata per anni e diventa il fulcro della convivialità familiare diventando sempre più progettata e raffinata, ovvero rappresentava lo status symbol della famiglia. Doveva avere una decorazione che destasse stupore fino a creare una vera scenografia domestica.

Negli anni '90 l'utente entra attivamente nella progettazione della cucina per richiedere soluzioni altamente personalizzate. La possibilità di personalizzare la cucina, ovvero la customizzazione diviene fondamentale per le aziende produttrici al fine di soddisfare i desideri del cliente. Questa idea si è trascinata fino ad oggi dove le cucine presentano una grande ricerca di materie prime, e tecnologie di produzione all'avanguardia, sono molto curate nei dettagli e propongono soluzioni flessibili e raffinate.



Figura 89: Cucina anni '70 e Snaidero

7.2 Il triangolo funzionale

La cucina è un ambiente dove si svolgono attività diverse che devono però essere coordinate per raggiungere il miglior risultato possibile in termini di tempo, di ergonomia e di stress.

Le funzioni fondamentali che nel prossimo capitolo esamineremo, sono nove, tuttavia tre funzioni rimangono principali a cui corrispondono i tre tipi di attrezzature: il lavello, il piano cottura ed il frigorifero.

Negli anni si è sviluppato un modello che affronta i problemi della collocazione di queste tre attrezzature nello spazio cucina. Così è nato il modello del Work Triangle, ovvero il triangolo del lavoro il quale massimizza l'efficienza della cucina da parte di una persona sui studi Tayloristici basati sull'efficienza della catena di montaggio nei luoghi di lavoro.

Il modello è stato sviluppato dalla University of Illinois School of Architecture negli anni '40 per enfatizzare i vantaggi ottenibili da una produzione di tipo standardizzato. Ancora oggi è il modello più largamente utilizzato nella progettazione delle cucine domestiche.

Come nelle catene di montaggio è fondamentale evitare gli sprechi di energia e movimenti non necessari, questo risulta più complicato nei grandi ambienti.

I segmenti del triangolo rappresentano il flusso del traffico all'interno di una cucina e idealmente un movimento di rotazione tra le diverse zone.

Secondo la disposizione in pianta delle diverse attrezzature, esistono diversi tipi di accorgimenti in relazione al triangolo di

lavoro, al fine di ottimizzare nei diversi casi l'utilizzo della cucina.

È importante precisare che il perimetro del triangolo, misurato ponendo come vertice il centro di ognuno dei tre elementi, abbia una lunghezza compresa tra i 3,6 e i 6,6 metri.

Le lunghezze inferiori implicano una cucina troppo stretta e uno spazio di lavoro insufficiente mentre lunghezze superiori comportano un'eccessiva distanza da percorrere e rendono la cottura del cibo un'operazione lenta e stressante.

È preferibile che le zone di lavaggio e cottura siano connesse da un piano di lavoro continuo di lunghezza non superiore a 1,8 metri, in modo tale da limitare la distanza da percorrere con pesanti pentole piene di liquidi. Pertanto, nel caso in cui non sia possibile evitare la circolazione all'interno del triangolo (ad esempio nel caso di una cucina corridoio), è comunque preferibile collocare sul medesimo lato il lavello ed il piano cottura.

È sconsigliatissimo interrompere i lati del triangolo, ad esempio con elementi a colonna o altro

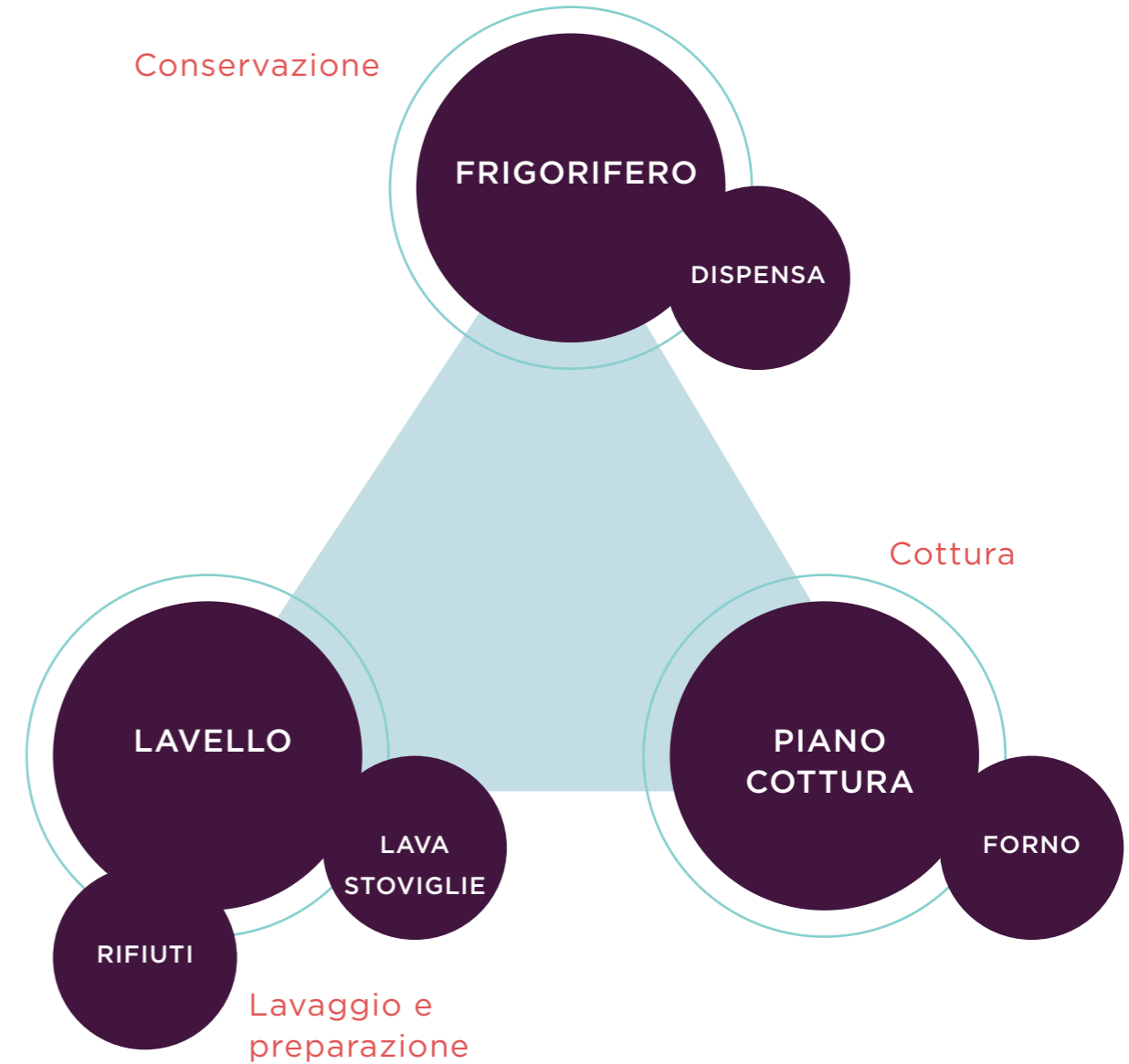


Figura 90: Schema raffigurante il Work Triangle

La prossimità delle attrezzature principali a quelle secondarie delinea tre aree funzionali dedicate alla conservazione, alla cottura e al lavaggio - preparazione

SCHEMI TIPICI DISPOSIZIONE CUCINA

La cucina componibile, come analizzato nel capitolo 7.1 ha sviluppato negli anni contenuti modulari unitati, questo fa sì che esista un numero limitato di tipologie di cucina, secondo come sono posizionate le attrezzature nello spazio. La scelta di una tipologia è influenzata dall'ambiente in cui

viene inserita, dalla disposizione dell'attrezzatura e dall'esigenze degli utenti. Le principali tipologie distributive sono comunemente identificate con alcune lettere maiuscole dell'alfabeto, un richiamo iconico alla disposizione dei moduli in pianta.

La cucina a I

La cucina a I è la configurazione più standard e semplice che si possa realizzare, rappresenta l'unica soluzione per ambienti stressati o con ridotte dimensioni, oppure può essere l'attrezzatura minima per un monolocale adibito anche a soggiorno e zona notte, infatti, questa tipologia consente di liberare

uno spazio che può essere destinato ad altri usi. I limiti della cucina sono il poco spazio dedicato allo storage e agli elettrodomestici.

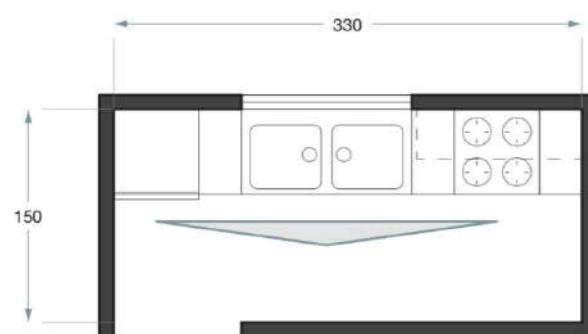


Figura 91: Planimetria di una cucina a I, scala 1:50, quote in cm

La cucina a doppia I

La cucina a doppia I si è diffusa maggiormente nell'edilizia italiana che concepiva lo spazio cucina come un locale separato dal resto della casa.

Le zone di lavoro sono distribuite, solitamente in modo equo, lungo le due pareti del corridoio.

Per quanto riguarda il triangolo di lavoro, molti architetti, produttori e cuochi, concordano sul fatto che la soluzione più efficace consista nel collocare il frigorifero e

il lavello su un lato, con il punto cottura disposto centralmente rispetto a questi ultimi due, ma sul lato opposto.

La nota positiva di questa disposizione è data al vicinanza della due pareti, è possibile lavorare in un corridoio centrale senza quasi spostarsi, o farlo con brevi passi. Dov'è possibile il tavolo viene collocato tra le due pareti.

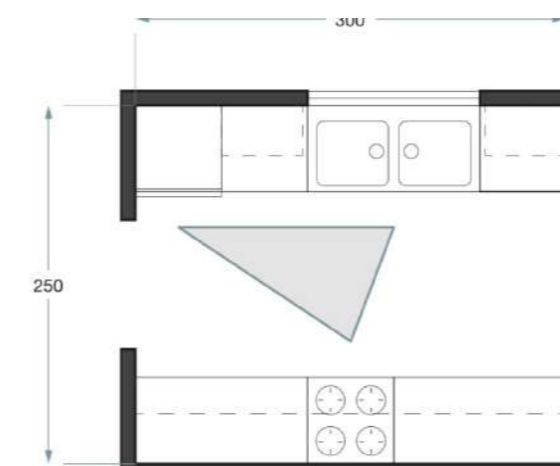


Figura 92: Planimetria di una cucina a doppia I, scala 1:50, quote in cm

La cucina a L

La cucina a L delinea la miglior soluzione nel caso di due pareti lunghe e continue, l'inconveniente principale riguarda lo stoccaggio nell'angolo costruito dalla L che rimane difficilmente accessibili.

Una soluzione efficace è rappresentata dall'utilizzo di un lavello angolare o in alternativa di un gruppo fuochi angolare. Per configurare correttamente il Work Triangle

è preferibile collocare il lavello ed il piano cottura centralmente su ognuno dei rispettivi lati, mentre il frigorifero troverà posto all'estremità di uno dei due lati.

Questa configurazione è ideale se lo spazio viene utilizzato da più persone, quindi anche nelle cucine dei ristoranti e il vantaggio principale è il libero spazio centrale che può ospitare un tavolo o un'isola di lavoro.

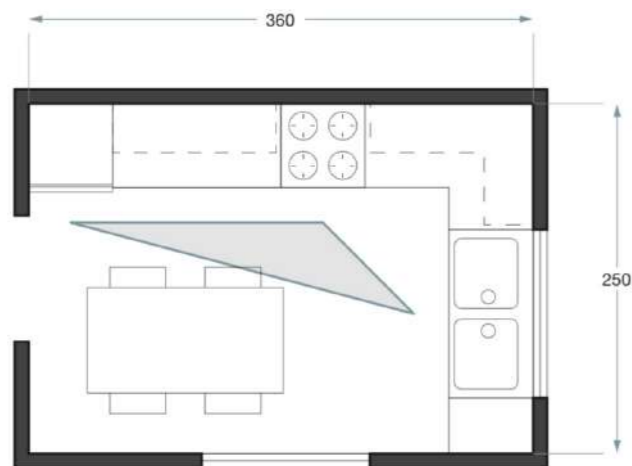


Figura 93: Planimetria di una cucina a doppia L, scala 1:50, quote in cm

La cucina a U

La cucina U è elegante, scenografica e molto costosa.

Si adatta per locali grandi e offre un' elevata capienza date le sue dimensioni.

Un' alternativa al il tavolo centrale potrebbe essere un prolungamento i due lati, tuttavia nell'eventualità di un tavolo centrale bisogna progettare con attenzione le varie distanze per non intaccare il Work Triangle di lavoro.

L costruzione del triangolo di lavoro qui è molto facile e efficace, poiché ad ogni punto può essere affidato un lato della cucina., in

modo da creare un meccanismo perfettamente simmetrico

. Non si tratta di un modello molto diffuso poiché richiede la presenza di tre pareti libere da porte o porte-finestre. L'ambiente anche se grande non deve essere eccessivamente largo, al fine di evitare eccessivi movimenti da una parte all'altra della cucina.. Un potenziale errore consiste nel lasciare troppa superficie di lavoro tra le zone che devono avere collegamenti: come cottura-lavaggio o conservazione-preparazione.

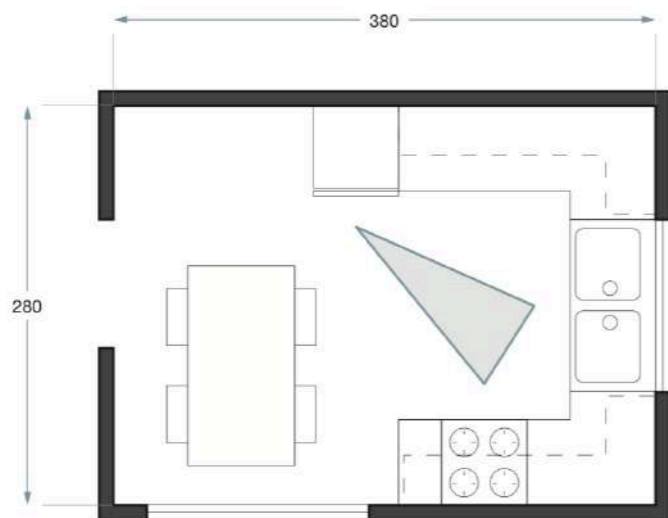


Figura 94: Planimetria di una cucina a U, scala 1:50, quote in cm

La cucina a G

La cucina a G, presenta come variante di quella a U, un bancone o tavolo terminale direttamente collegato ai mobile della cucina. Questo tavolo taglia in due lo spazio rendendo possibile il posizionamento delle tre principali attrezzature in ogni lato della cucina, creando un ottimo triangolo di lavoro.

Tuttavia il bancone può presentare degli ostacoli nel caso si spostamenti da una parete all'altra. Nel caso in cui la cucina sia nel locale soggiorno, il bancone delimita lo spazio e le relative funzioni

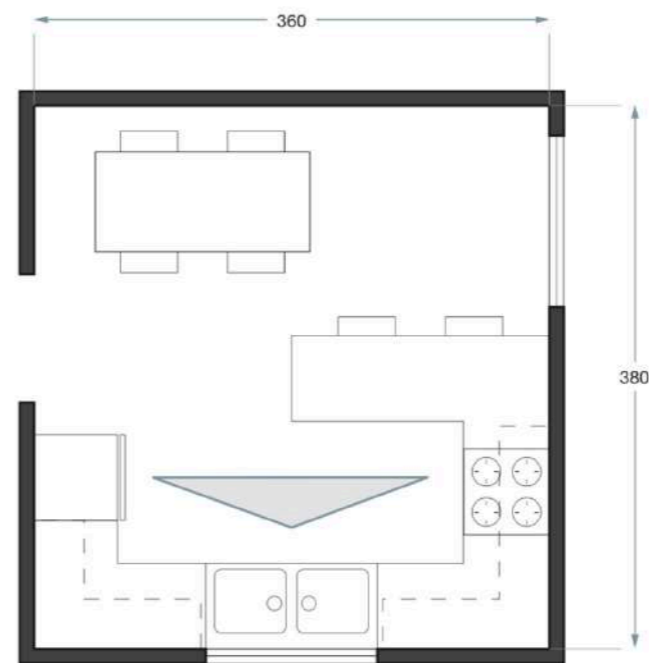


Figura 95: Planimetria di una cucina a G, scala 1:50, quote in cm

La cucina a Isola

La soluzione a isola deriva da un linguaggio delle cucine professionali, dove è diffusa la sistemazione delle attrezzature al centro. Il principale vantaggio è rappresentato dalla concentrazione di tutto il necessario per cuocere attorno ad un unico elemento sfruttabile su tutti e quattro i lati.

Con il sistema ad isola si centralizzano le zone di lavoro in uno spazio che supera le classiche divisioni rigide e chiuse.

Un grande limite per questa cucina figura l'impianto idraulico ed elettrico poiché i tubi, che si trovano nelle pareti perimetrali, devono essere portati al centro dell'isola.

Inoltre il locale deve essere abbastanza

ampio per soddisfare i 120 cm di spazio libero da ogni lato dell'isola.

Può risultare scomoda la necessità di "circumnavigare" l'isola dovuta agli spostamenti necessari per raccogliere tutti gli elementi necessari alla cottura. L'isola o la penisola spesso hanno una duplice funzione: area di lavoro dotata di una o due attrezzature (zona cottura e lavello) e zona pranzo o snack bar; raramente l'isola può riunire tutte le funzioni e le aree della cucina e si tratta di una configurazione particolarmente adatta alle cucine in ambiente aperto.

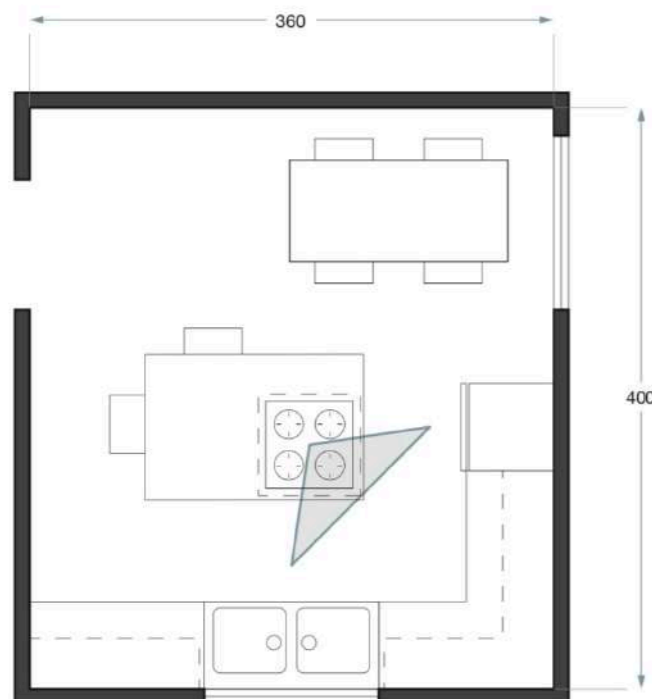


Figura 96: Planimetria di una cucina a Isola, scala 1:50, quote in cm

Considerazione: Schemi le cucine negli spazi di Coworking

Come è emerso dall'analisi delle cucine negli spazi di coworking, gli utenti sentono l'esigenza di avere più postazioni cottura e lavaggio all'interno dell'area di lavoro.

Questa considerazione, oltretutto, rispecchia anche l'ambito domestico in cui stiamo vivendo, infatti come afferma NO Koontz & Dagl⁴⁵: "molte persone stanno esprimendo la necessità o il desiderio per cucine che possano ospitare l'attività di due cuochi"

Per prevedere un utilizzo efficace delle attrezzature da parte di tutte le persone, probabilmente un triangolo funzionale non basta. Spesso nell'ambito domestico, per sopperire a tale necessità, si aggiunge una postazione lavaggio collocata in una posizione che consenta lo sdoppiamento.

Tutte le considerazioni riportate precedentemente in merito alle caratteristiche del Work Triangle restano valide, sarà dunque fondamentale ridurre al minimo la sovrapposizione dei flussi dei due triangoli funzionali, pertanto dovranno essere previste sufficienti superfici di lavoro per entrambi i cuochi.

La lunghezza ottimale per il Work Triangle è compresa tra i 3,6 e i 6,6 metri, ma ovviamente resta importante considerare gli intervalli di misure tra una pesistica area funzionale e un'altra. Nella tabella seguente sono riportati i dati medi, emersi da diverse ricerche e riportati nel volume

⁴² Koontz & Dagwell, Residential Kitchen Design: a research based approach, 1994, pag 53

7.3 Riferimenti ergonomici

Come sottolineato nel capitolo precedente l'ambiente cucina negli spazi si coworking rappresenta oggi il punto fondamentale per l'intrecciarsi di nuovi rapporti e per soddisfare i bisogni materiali, culturali e di socializzazione, che difficilmente troviamo in altri luoghi dello spazio. Dato il largo uso che si fa della cucina è fondamentale renderlo il luogo più confortevole e smart possibile. Prima di illustrare il concept è importante capire gli intervalli dimensionali relativi alle principali forniture per la cucina.

Nella figure a seguire sono riportate delle misure standard tratte dal libro "Food preparation spaces"⁴³ e dal catalogo di Valcucina⁴⁴ dove vengono illustrate in maniera efficace tutti gli aspetti ergonomici.

Ho usato queste misure come punto di riferimento per scelte progettuali.

Ovviamente questo libro riporta le misure ideali per una cucina domestica non di certo per uno spazio condiviso, ho dovuto quindi riadattare le misure cercando di renderle più adatte alle dinamiche di uno spazio di Coworking.

Partendo dal top in figura 97 è illustrato come ottenere l'altezza di lavoro ottimale del piano di lavoro, la quale è definita distendendo il braccio orizzontalmente, con un angolo di 90° rispetto al tronco, e misurando la distanza dal pavimento e infine sottraendo 15 cm. La profondità ottimale si aggira intorno ai 60 cm (oggi non è più così vincolante), mentre i pensili posizionati al di sopra del top devono avere una massima profondità di 32 cm. L'altezza totale della cucina non può superare i 210 cm dal suolo. Un altro aspetto da tenere in considerazione riguarda l'altezza alla quale sono posizionati gli oggetti in relazione al loro peso (figura 99), al fine di evitare sforzi eccessivi o incidenti o ancora che il sistema crolli e non regga la struttura. Nell'illustrazione viene spiegato come gli oggetti più pesanti devono essere collocati nei contenitori inferiori. Il peso quindi va in crescendo fino all'altezza della vita per poi decrescere nuovamente.

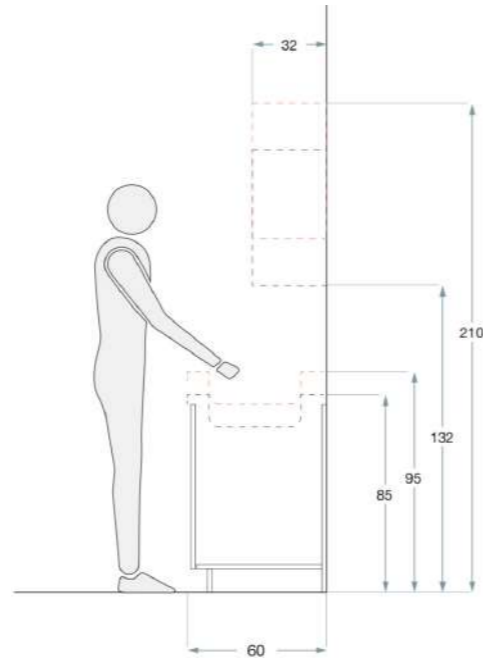


Figura 97: Misure ergonomicamente corrette per le basi e per i pensili. Lo schema è ricavato da Robin Crane, Malcom Dixon, Food preparation spaces, 1990

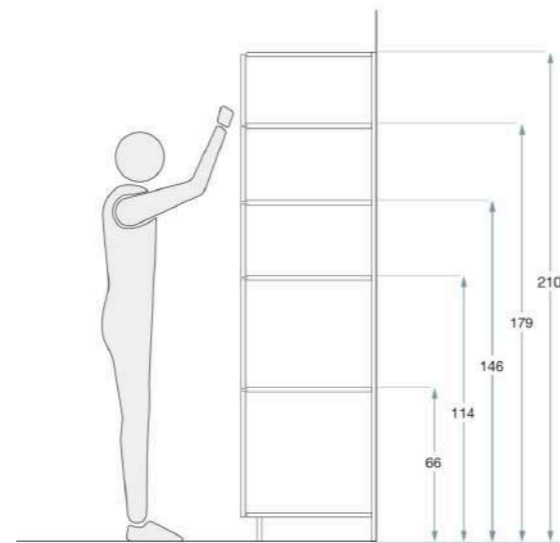


Figura 98: Misure ergonomicamente corrette per gli elementi a colonna. Lo schema è ricavato da Robin Crane, Malcom Dixon, Food preparation spaces, 1990

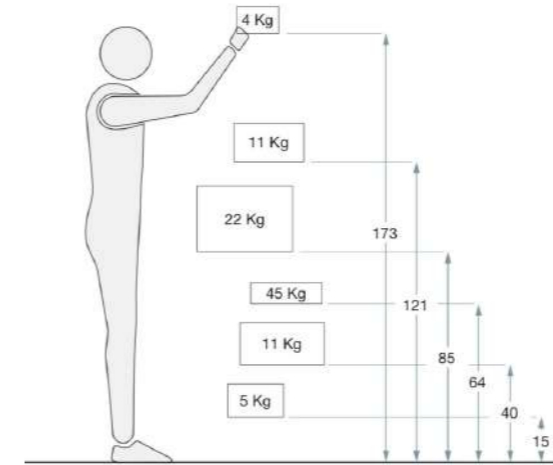


Figura 99: Altezza ottimale per il contenimento di oggetti di vario peso. Lo schema è ricavato da Robin Crane, Malcom Dixon, Food preparation spaces, 1990

Secondo il catalogo di Valcucine, (illustrato da figura 100 a 105) la tradizionale profondità delle basi di 60cm, si è evoluta verso misure superiori e più ergonomiche. Si è passati a basi fino a 80 cm dove è possibile abbassare i pensili, che risultano così in una posizione più ergonomica.

Nel catalogo vengono delineate le misure minime fra la distanza delle attrezzature, come piano cottura-tavolo, e la profondità della cucina in base al campo visivo che si vuole ottenere nel top.

Per raggiungere un'ottima ergonomia, all'au-

mentare della profondità del top bisogna diminuire l'altezza della parete verticale.

Fondamentale è la riprogettazione dei cestelli estraibili, le basi tradizionali con antine e ripiani, obbligano a chinarsi e ad assumere posizioni scorrette (che a lungo andare possono causare gravi conseguenze), per prelevare o per riporre la merce che di solito è collocata in una posizione quasi inaccessibile e in una zona non illuminata. La profondità dei cestini può arrivare fino a 80 cm, sia con canale attrezzato che senza canale.

⁴³ Crane e Dixon, Robin Crane, Malcom Dixon, Food preparation spaces, Londra, 1990

⁴⁴ Azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

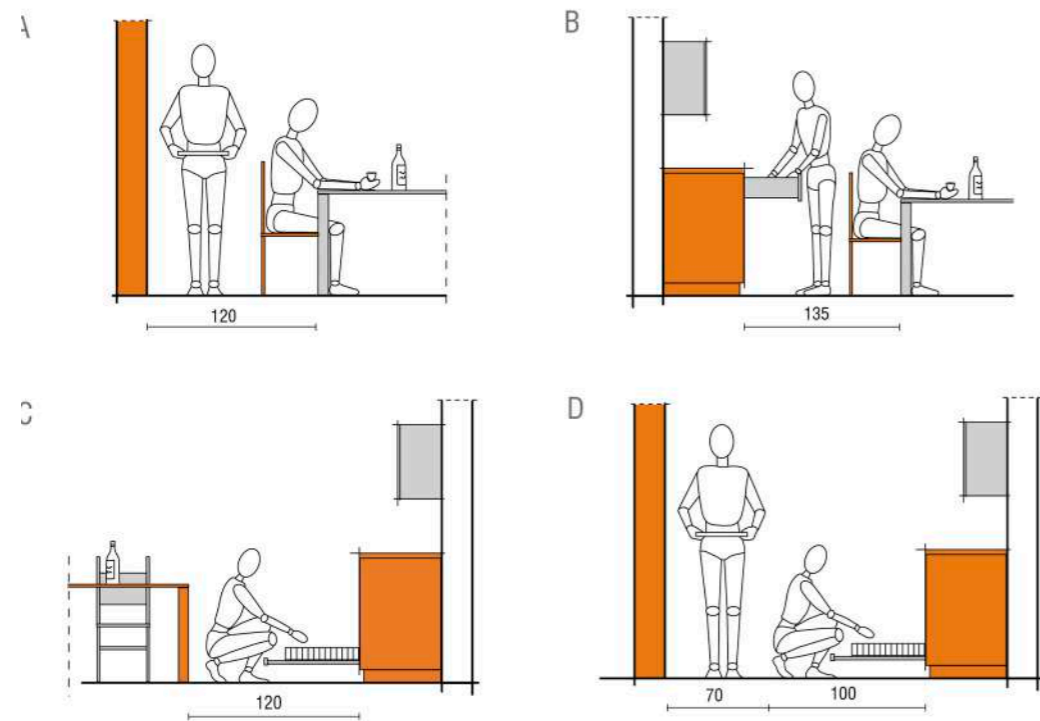


Figura 100: Misure minime distanza fra gli attrezzi. Lo schema è ricavato dal pdf dell'azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

- A** - Una distanza di 120cm fra il tavolo e la parete o qualsiasi altro elemento che determini un ostacolo, rappresenta la distanza minima richiesta per permettere una libera circolazione con andatura frontale, dietro una persona seduta.
- B** - Per consentire ad una persona di lavorare ed eventualmente di aprire ante e cassetti dietro ad una persona seduta, è necessario prevedere una distanza minima di 135cm fra il bordo del tavolo ed il mobile. Se il mobile ha una profondità di 80cm, tale distanza va aumentata di 15cm.
- C** - Per stabilire le distanze utili fra i piani di lavoro e altri elementi posti davanti ad essi, è necessario tenere conto dello spazio da destinare ai movimenti delle persone e dell'ingombro determinato da elettrodomestici e basi con relativi cassetti e sportelli eventualmente aperti.
- D** - Di fronte alla lavastoviglie va tenuto libero uno spazio di almeno un metro, per le operazioni di carico e scarico. Per consentire il passaggio di un'altra persona con andatura frontale durante queste operazioni, lo spazio libero va aumentato di altri 70cm se di fronte c'è una parete

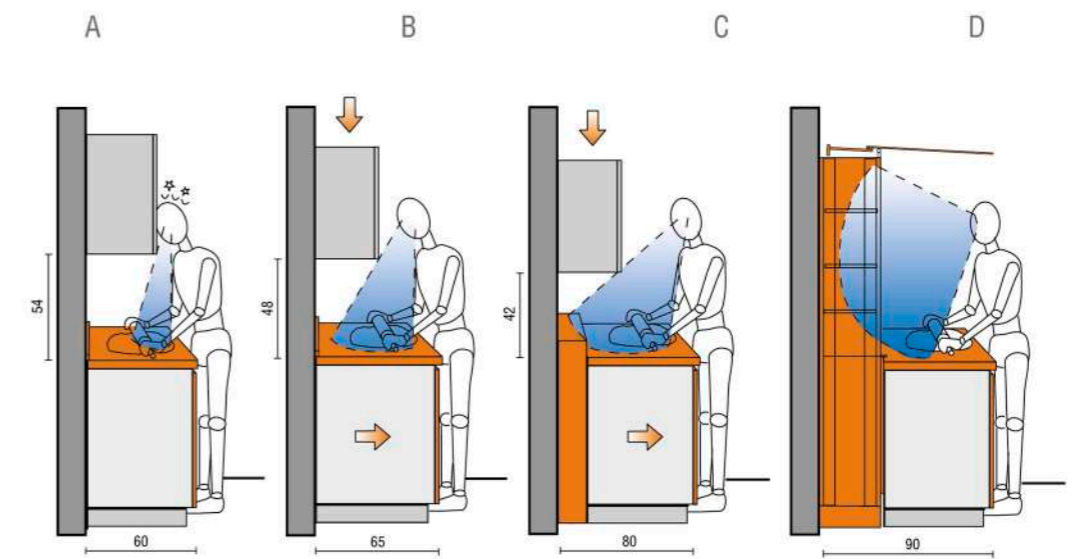


Figura 101: Misure ergonomicamente corrette rapporto profondità cucina e altezza pensili. Lo schema è ricavato dal pdf dell'azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

- A** - Per la profondità tradizionale di 60cm, l'altezza dello schienale consigliata è 54cm, misura necessaria per permettere una sufficiente visibilità sul piano di lavoro. Il pensile però provoca un senso di chiusura e la sua posizione rende difficoltosa la visibilità e la prensione del contenuto.
- B** - Aumentando la profondità della base a 65cm, è possibile abbassare il pensile che risulta più facilmente visibile e raggiungibile. Si determina così un minore senso di chiusura e una migliore visibilità sul piano di lavoro. L'altezza dello schienale consigliata è 48cm.
- C** - La profondità 80cm, che abbina alla base da 60cm uno speciale canale attrezzato, permette una maggiore visibilità sul piano di lavoro. La distanza consigliata dei pensili dal piano è di 42cm. Il contenuto del pensile risulta completamente visibile e accessibile anche nei ripiani superiori

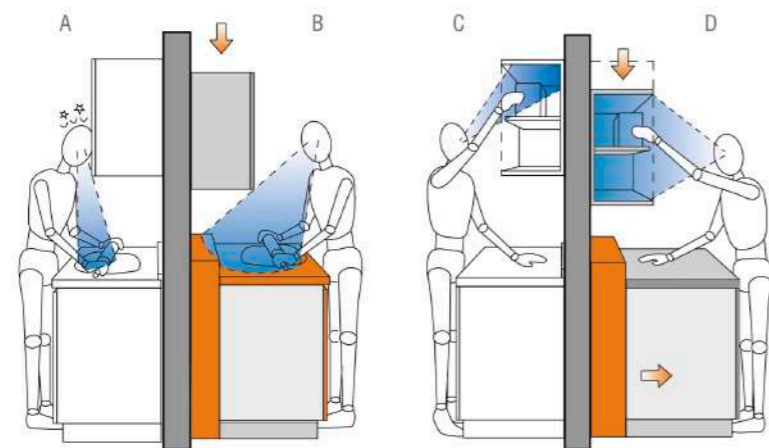


Figura 102: Vantaggi nel costruire un piano con profondità 80 cm.
Lo schema è ricavato dal pdf dell'azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

- A** - Con la tradizionale profondità 60cm, nonostante la maggiore altezza dello schienale, il pensile dà una sensazione di chiusura ed ostacola la visuale sul piano di lavoro durante la preparazione dei cibi.
- B** - La profondità 80cm offre la possibilità di lavorare in uno spazio più aperto, lontani da spigoli e pensili, eliminando il senso di costrizione, dando una maggiore libertà di movimento e migliorando la visuale sul piano di lavoro, che viene utilizzato per l'intera superficie.
- C** - Un pensile tradizionale è collocato normalmente ad un'altezza che impedisce una completa visuale degli oggetti posti sul ripiano superiore, rendendone poco agevole l'utilizzo, in particolar modo alle persone di bassa statura.
- D** - La profondità 80cm consente di allontanarsi dai pensili e di abbassarli, rendendoli più visibili ed accessibili, aumentando contemporaneamente lo spazio antistante.

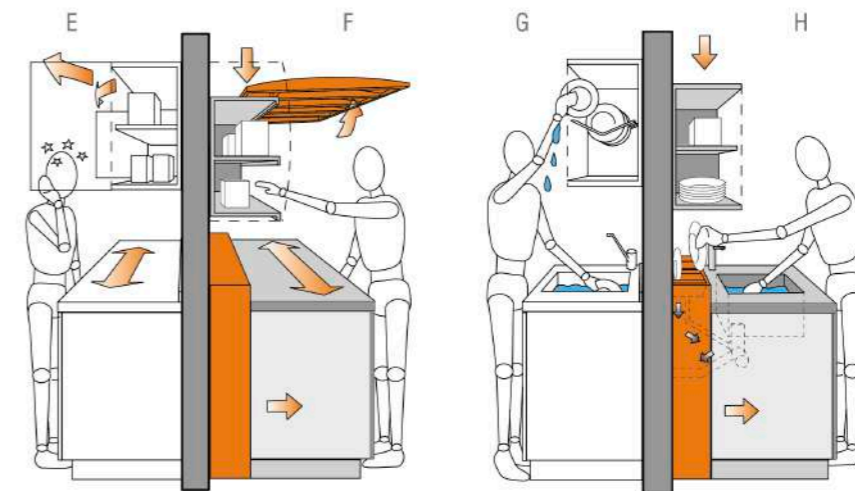


Figura 103: Vantaggi nel costruire un piano con profondità 80 cm.
Lo schema è ricavato dal pdf dell'azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

- E** - pensili con apertura delle ante di tipo tradizionale, costituiscono un ostacolo e provocano un senso di costrizione. Inoltre, poichè spesso l'anta rimane aperta, è molto probabile negli spostamenti procurarsi contusioni alla testa.
- F** - L'anta basculante può rimanere aperta durante tutte le fasi del lavoro e permette di muoversi lateralmente e di chinarsi senza pericolo di procurarsi contusioni.
- G** - Lo scolapiatti posizionato ad un'altezza tradizionale è scomodo: il movimento per riporre i piatti appena lavati è innaturale e faticoso, il gocciolamento lungo il braccio inevitabile. Lo scolapiatti ancorato al pensile non è agevole da pulire.
- H** - La profondità 80 permette di inserire lo scolapiatti all'interno del canale, dietro al lavello. Si ha la possibilità di riporre i piatti evitando il faticoso sollevamento delle stoviglie e il gocciolamento lungo le braccia. Lo scolapiatti è collegato direttamente al sifone per lo scolo dell'acqua.

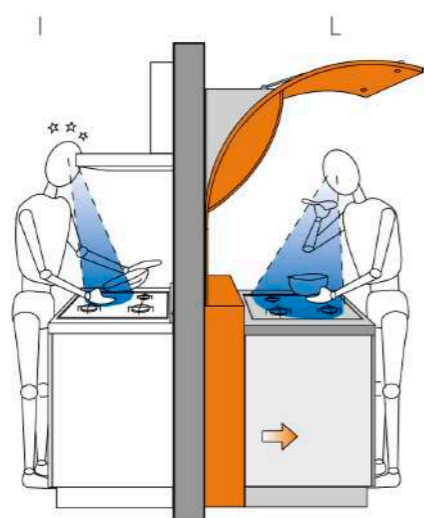


Figura 104: Vantaggi nel costruire un piano con profondità 80 cm.
Lo schema è ricavato dal pdf dell'azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

- I** - Nelle cucine tradizionali la cappa è di solito troppo vicina al volto e impedisce di chinarsi sopra le pentole per verificare il procedere della cottura.
- L** - La nuova cappa Libera, con la sua forma slanciata verso l'alto, libera la visuale e dà la possibilità di avvicinarsi più comodamente e in completa sicurezza alla zona fuochi per controllare l'andamento della cottura dei cibi.

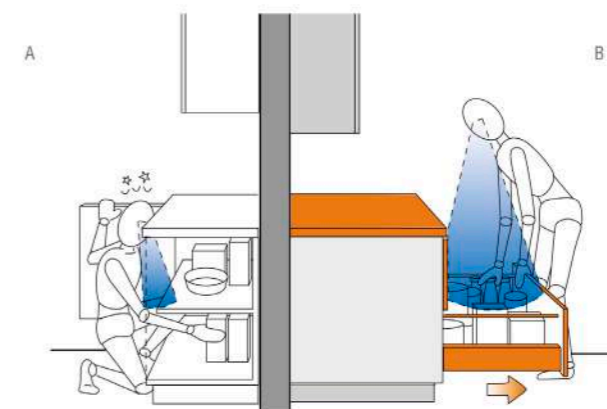


Figura 105: Vantaggi nel costruire un cestello estraibile.
Lo schema è ricavato dal pdf dell'azienda Valcucine, Guida al progetto dell'ambiente cucina, 2007

- A** - Le basi tradizionali con antine e ripiani, obbligano a chinarsi e ad assumere posizioni scorrette (che a lungo andare possono causare gravi conseguenze), per prelevare o per riporre la merce che di solito è collocata in una posizione quasi inaccessibile e in una zona non illuminata.
- B** - Con il cestone ad estrazione totale tutto il contenuto della base è a vista, più accessibile e a portata di mano. Valcucine propone basi con cestoni ad estrazione totale profondità 80, sia con canale attrezzato che senza canale.

7.4 Le sequenze di lavoro

La sequenza di lavoro che descrive le varie attività che si susseguono per la preparazione di un piatto, non è casuale o improvvisa, bensì ben progettata negli anni da studiosi e architetti.

Ogni piatto, a seconda della sua tipologia, richiede una sequenza di operazioni specifiche, tuttavia, sono presenti delle fasi comuni per maggioranza dei casi che si delineano su fasi di sequenza ben definite.

LA CONSERVAZIONE

Prima fase

La conservazione è una funzione svolta dal frigorifero, per quei cibi che devono essere conservati al freddo, e dalla dispensa, che accoglie invece scatolame, paste, farine, e tutti gli alimenti che non prevedono un ambiente a temperatura controllata. Questa fase consiste nel prendere gli ingredienti dal frigorifero e dalla dispensa ed eventualmente estrarli dalla loro confezione.

PREPARAZIONE

Terza fase

Le fasi di preparazione si diversificano secondo la natura del cibo, in generale possono comprendere azioni quali: pelare, tagliare, affettare, pesare, mescolare, impastare ecc.

Indipendentemente dall'attività, il tutto si

Ci sono casi in cui queste fasi vengano accorciate per esempio cibi che non prevedano la cottura o il lavaggio.

Charlotte Baden-Powell delinea all'interno del suo libro,⁴⁴ le sequenze di lavoro nell'ambiente cucina, dal procurarsi del cibo fino al riordino delle lavastoviglie. Queste fasi secondo l'autrice sono nove:

PULIZIA E LAVAGGIO

Seconda fase

Questa fase implica la necessità di avere una porzione di piano destinata alla pulizia dei cibi, preferibilmente vicino al lavello per consentire, se necessario, il lavaggio, per poi procedere con le ulteriori fasi di preparazione prima della cottura.

svolge su un piano di lavoro spesso supportato dalla presenza di un tagliere o di elettrodomestici e accessori che aiutano nella preparazione, inoltre durante lo svolgimento di queste operazioni è consigliabile la prossimità al cestino dei rifiuti.

COTTURA

Quarta fase

Comprende attività quali: bollire, friggere, grigliare, rosolare, ecc. Questa fase interessa la zona di lavoro interessa il piano cottura ed essendo una fase delicata che richieda una grande attenzione, è importante predisporre una fonte luminosa capace di garantire la giusta visibilità. Vi è poi la cottura nel forno tradizionale o in quello a microonde che può essere utilizzato anche per lo scongelamento o per riscaldare i cibi.

CONSUMO

Sesta fase

Questa fase si distacca dalle altre poiché interessa l'area del tavolo e della condivisione del cibo.

Il momento del pasto può essere interrotto per la preparazione di altri cibi, per portare in tavola portate preparate precedentemente o per riporre i piatti sporchi nel lavello e distribuire ai commensali dei piatti puliti.

Al termine di questa fase si susseguono le fasi di pulizia e gestione dei rifiuti.

PORZIONAMENTO E SERVIZIO

Quinta fase

Al termine della cottura o dopo la svariate preparazioni del piatto, è necessario organizzare i cibi, questo può prevedere la suddivisione delle porzioni nei piatti o l'organizzazione dei piatti da portata. Entrambi i casi richiedono un piano di lavoro da destinare a questa funzione.

Il servizio nei singoli piatti presuppone che la tavola sia apparecchiata, quest'operazione può essere stata svolta in precedenza, ma non è inusuale che avvenga parallelamente alla fase di porzionamento e servizio.

SMALTIMENTO CIBO E RIFIUTI

Settima fase

La fase di smaltimento dei rifiuti comprende 3 aree: la prima è quella di riporre l'eventuale cibo avanzato nel frigorifero o nella dispensa, la seconda è quella della separazione della raccolta differenziata, e infine la pulizia del tavolo che prevede la rimozione dei piatti e utensili sporchi dal tavolo per porli nel lavello o nelle sue prossimità

⁴⁴Baden-Powell C., Architect's Pocket Book of Kitchen Design, 2005

LAVAGGIO STOVIGLIE E VASELLAME

Ottava fase

Il lavaggio può avvenire a mano con nel lavello, con successivo utilizzo dello scolapiatti oppure, in alternativa con l'ausilio della lavastoviglie.

E' fondamentale che venga mantenuto, nella preparazione del cibo, un verso di avanzamento costante (3) (Landi, 2007), ovvero che il flusso del cibo proceda logicamente dalla fase 1 di lavaggio a quella di preparazione, cottura e porzionamento.

Secondo logica questa sequenza dovrebbe svilupparsi da sinistra verso destra, ciò risulterà poco confortevole per i mancini i quali gradiranno di più una disposizione da destra a sinistra.

In figura XX è riportato un diagramma tipo

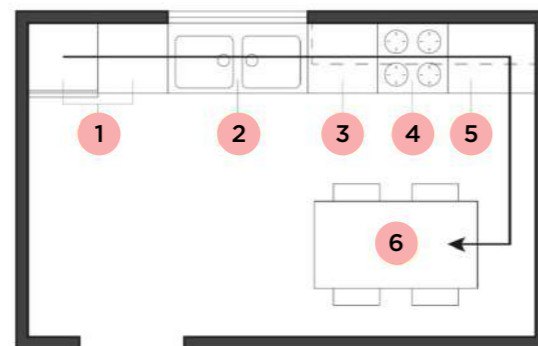


Figura 106: Esempio di svolgimento della sequenza di lavoro in una cucina con composizione lineare Planimetria, scala 1:100

CONSERVAZIONE DEGLI STRUMENTI

Nona fase

L'ultima fase è lo storage degli strumenti, infatti prevede che tutti gli oggetti che sono stati utilizzati per la preparazione del cibo, tornino al suo posto. In questa fase sono fondamentali degli spazi adeguati per la conservazione del vasellame e delle stoviglie. Spesso i piatti sono conservati direttamente nello scolapiatti fino al successivo utilizzo, spesso ciò accade anche per posate e bicchieri, così da evitare l'operazione di asciugatura e un'ulteriore fase di riordino.

di una classica planimetria di cucina. La zona di lavaggio e pulizia, ovvero la zona 2 e la zona di preparazione (3) sono spesso intercambiabili poiché il lavello non serve esclusivamente per il lavaggio ma anche per la preparazione.

Nella stessa lunghezza d'onda per accedere alla dispensa bisogna utilizzare sia il frigorifero che alcuni armadi. Infine il flusso così costruito mette in relazione la zona di conservazione e il tavolo dove avviene il consumo.

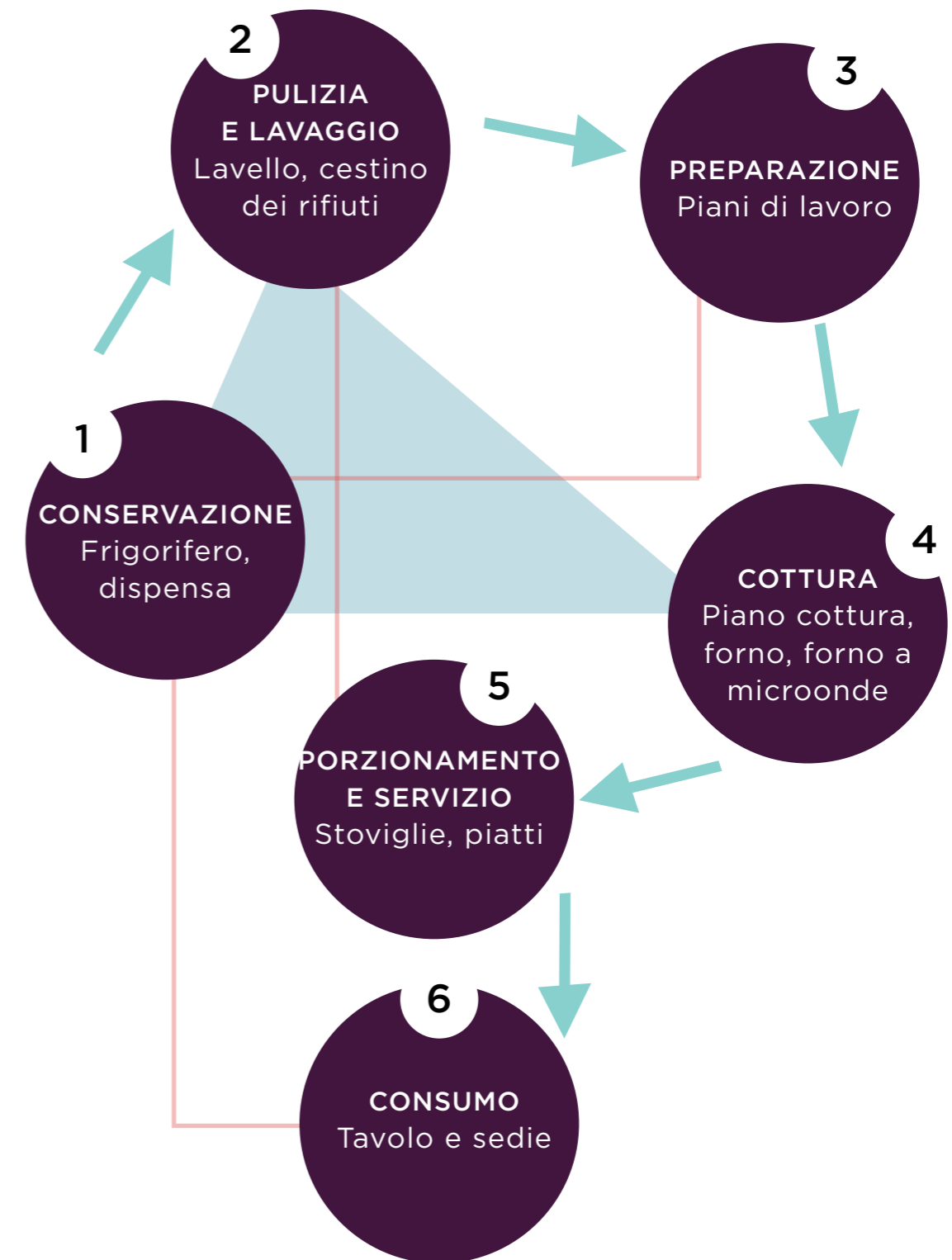


Figura 107: Schema delle varie fasi della preparazione del cibo.

In azzurro è evidenziato il Work triangle (1-2-4).

Le frecce indicano il susseguirsi delle azioni, mentre quelle rosse indicano l'incrociarsi di alcuni flussi.

Schema ricavato da Charlotte Baden-Powell delineato all'interno del suo libro, Architect's Pocket Book of Kitchen Design.

7.5 Il concept

Il progetto illustrato nelle pagine seguenti è la sintesi di un percorso di ricerca stilistica e funzionale sviluppato insieme all'azienda Franke. L'idea di creare un ambiente cucina per gli spazi di coworking è stata completamente ripensata alla luce dei primi sei capitoli di questa ricerca. Questo processo ha portato alla definizione di un concept che promuove la funzionalità e l'intuizione all'interno di questi spazi.

E' proprio l'intuizione a fare da caposaldo del progetto che ha portato a un risultato stilistico molto evocativo e riconoscibile.

La progettazione è stata sviluppata a partire dalla traduzione di problematiche, illustrate nel grafico seguente, e stilando delle linee guida che hanno rappresentato un riferimento costante nell'elaborazione del concept. Queste linee guida sono sia stilistiche che funzionali e hanno come obiettivo ridurre gli impedimenti per la preparazione di un pasto all'interno dei luoghi di lavoro. In figura sono sottolineate le macrotematiche approfondite nel corso dell'elaborazione del concept, costanti capisaldi durante tutta la progettazione.

Queste macrotematiche riguardano le relazioni fra gli utenti, i bisogni primari da soddisfare, la scelta dell'arredo, il sistema competitivo, le esigenze dell'azienda riguardo alla produzione e alla strategia d'impresa, aspetti ergonomici, alimentari e di pulizia finale.

Il percorso ha visto in primo luogo lo studio della disposizione spaziale delle funzioni lavaggio-cottura nel sistema cucina.

Successivamente, dato il problema di centralizzare quelli che sono gli oggetti più utilizzati nella cucina, ovvero piatti, posate e bicchieri, ha portato come risultato formale la creazione di una bowl centrale con funzioni di scolo e deposito sveglie e la possibilità di muoverla lungo due binari definiti per raggiungere facilmente tutta la cucina, ottimizzando la gestione dei flussi.

Le funzioni lavaggio e cottura sono completamente rispecchiate al fine di ampliarne l'u-

tilizzo. La bowl centrale ha proprio lo scopo di collegare i due lati della cucina tramite gli elementi comuni e più utilizzati. Secondo l'indicazione dell'azienda è stato creato un isola di lavoro libera da separazioni frontali per favorire il dialogo e l'interazione fra gli utenti. Le aree di cottura e lavaggio sono concentrate in un unico piano. Il tentativo è stato quello di creare un ambiente in cui la cucina si presenti libera da vicoli formali classici, molto leggera, estremamente comunicativa dato le trasparenze utilizzate negli storage e facile da pulire.

Oggi le cucine domestiche sono costituite cassetti e pannelli che nascondono gli utensili per creare un ambiente pulito, dove spesso i protagonisti della cucina stessa, non sono gli oggetti quotidiani ma le forme geometriche e i materiali utilizzati per le finiture. Questo comporta un grande impatto visivo e un segno formale molto forte, ma non rispecchia le esigenze riscontrate in questo percorso di analisi negli spazi di coworking.

Di conseguenza il tentativo è stato quello di lavorare per sottrazione riportando la cucina alla sua forma più scarna e originale andando poi a costruire delle forme morbide e comunicative che la contraddistinguono.

La cucina ha un lunghezza di 360 cm e una profondità di 140 cm e prevede 4 aree di lavoro complete. La zona lavaggio è al centro e sdoppiata a sua volta per diversificare le funzioni di pulizia dei piatti con quelle della pulizia del cibo prima della cottura. I fuochi sono posizionati lungo un asse orizzontale e distanziati fra loro, ma anch'essi rispecchiati per favorire l'interazione fra le persone che stanno cucinando.

"Le cucine di oggi solitamente hanno più di un cuoco, e l'ergonomia gioca un ruolo importantissimo. Nell'area di cottura, i fuochi disposti in fila sono molto più funzionali rispetto al tradizionale quadrato" questo quanto afferma l'azienda Boffi.

Nel progetto è stata preferita una disposizione non lineare ma rettangolare, un

ASPETTI EMERSI DALLA RICERCA

VINCOLI E POSSIBILITA' PROGETTUALI

FUNZIONI RELAZIONALI

La cucina diventa in questi ambienti un luogo fondamentale di aggregazione e di networking

Centralizzare tutte le attività per non creare barriere sociali.

BISOGNI PRIMARI

Alcuni oggetti sono più utilizzati rispetto ad altri. Fondamentale è averli sempre a portata di mano.

Centralizzare gli oggetti usati più di frequente come piatti, bicchieri e stoviglie.

TIPOLOGIA ARREDO

Fusione dal punto di vista stilistico della cucina con il luogo di lavoro.

Importanza di creare un prodotto riconoscibile che prenda distanza dal linguaggio della cucina domestica

SCHEMA COMPOSITIVO

Studio dei problemi principali dati dalla poca intuizione delle cucine odierne all'interno di questi spazi.

Lavorare con sistemi di arredo aperto o trasparenti per favorire l'utilizzo della cucina da parte di tutti.

LA PRODUZIONE

Studio del sistema produttivo Franke, ma non solo. ampliamento dei limiti produttivi

Lavorazioni tecnologie supportate da un valido sistema produttivo.

STRATEGIA D'IMPRESA

Orientamento di Franke nei livelli di produzione di fascia alta

Colori, Materiali e Finiture inerenti al mercato dell'azienda

ASPETTI ERGONOMICI

Importanza rivestita dal rispetto degli intervalli dimensionali ergonomicamente corretti. Vincoli dimensionali.

ABITUDINI ALIMENTARI

Comprensione di diversi target di utenti con diverse esigenze culinarie. Progetto flessibile: dallo storage alla cucina completa per soddisfare tutte le esigenze

UTILIZZO DELLA CUCINA

Studio dei sistemi compositivi della cucina domestica. Individuare nuovi schemi spaziali per soddisfare le nuove esigenze.

SDOPPIAMENTO LAVORO

Richiesto dall'utenza di avere la possibilità di utilizzare più piani cottura contemporaneamente. Possibilità di cucinare in più persone senza che questo intralci i flussi dei percorsi

IL LAVAGGIO

Problema riscontrato nell'utilizzare un unico prodotto per lavare le stoviglie e pulire il cibo prima della cottura. Possibilità di sdoppiare o migliorare le funzioni del sistema acqua

INTUIZIONE VISIVA

Problema riscontrato nel trovare gli utensili all'interno dello spazio. Possibilità di vedere all'interno dei cassetti per favorirne la comunicazione

sistema che aiuta nella gestione dei flussi nelle ore di punta e simultaneamente rende la configurazione adatta alla convivialità.

In figura 109 è riportata una rappresentazione schematica del concept mediante la visualizzazione delle principali aree funzionali.

Il concept consiste in un cucina a sistema modulare per cui ogni singola parte può essere personalizzata secondo lo spazio in cui deve essere inserita.

Gli oggetti quali fuochi e lavandino sono stati disegnati a filo top per rendere la struttura base quasi fantasma, questo fa sì che la bowl centrale, anima della cucina e oggetto in comunione tra gli utenti, spicchi a livello visivo, sia appunto perché è l'unico oggetto che scorre nel top sia a un livello materico.

Gli utensili come padelle, elettrodomestici, pentole ecc. sono stati posizionati sotto al top cucina e dentro a delle bowl trasparenti che ne permettono immediatamente il rico-

noscimento. La profondità dei cassetti è di 450 cm e si suddividono 3 tipologie in base al tipo di utensile che devono contenere.

Successivamente è stata creata una dispensa per contenere le riserve di cibo di ogni coworker. Qui si è stato ipotizzato sia un sistema largamente aperto costituito da mini bowl con funzione di cesti, quasi a simboleggiare una condivisione del cibo, sia una versione più futuristica in cui il sistema può essere aperto tramite bimetrie facciali o vocali o altre tipologie di tecnologie all'avanguardia.

Infine dopo un'attenta riflessione con l'azienda Franke si è arrivati a pensare non solo al progetto di questa cucina ad isola, ma anche di una proposta lineare che mantiene le caratteristiche principali del progetto e la filosofia che ha guidato tutto il percorso di ricerca. Tuttavia questa cucina lineare si posiziona a un livello di mercato più basso, non solo per le dimensioni ridotte, (dimensioni non possibilità) ma anche per l'utilizzo di materiali meno costosi.

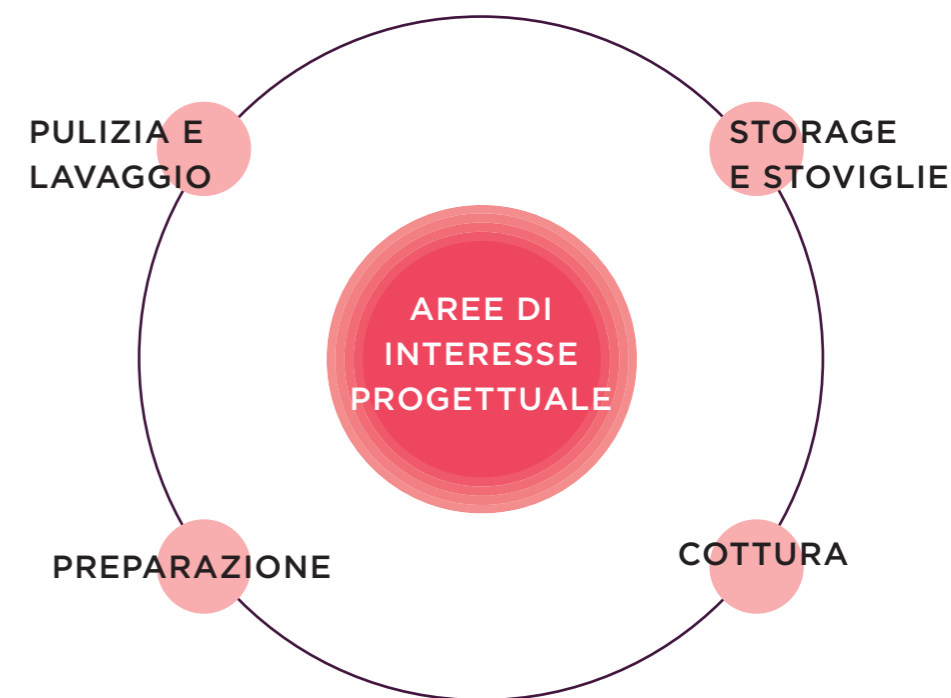


Figura 108: Aree di interesse progettuale quali

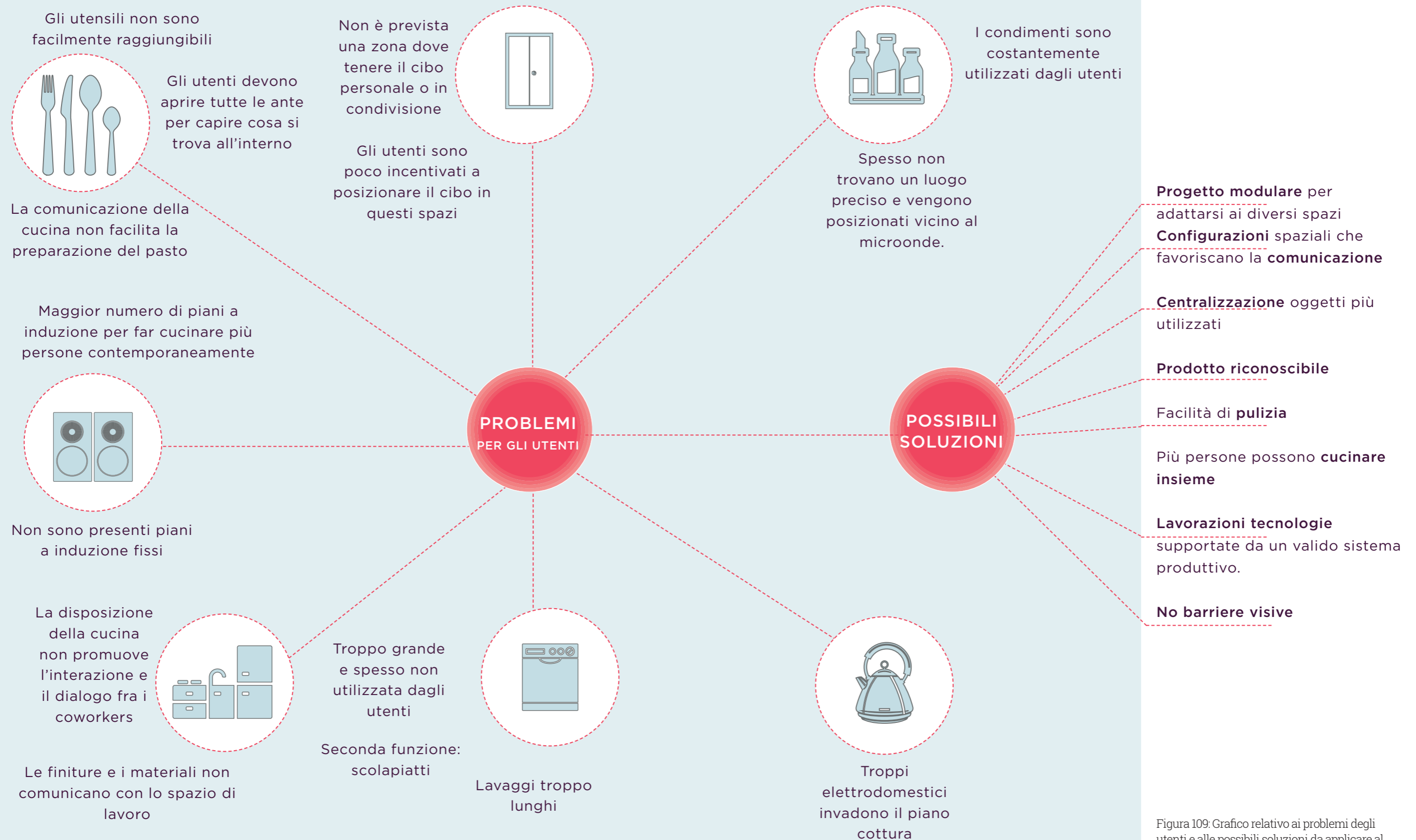
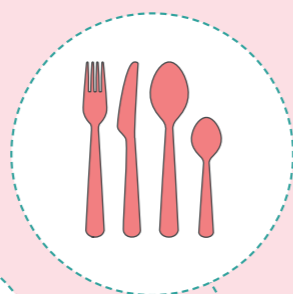


Figura 109: Grafico relativo ai problemi degli utenti e alle possibili soluzioni da applicare al

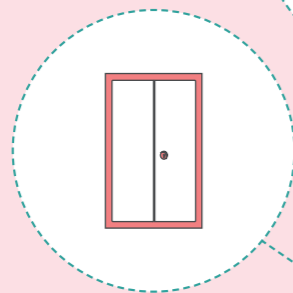
La disposizione degli utensili è poco comunicativa ci sono cartelli ovunque che spiegano come utilizzare lo spazio

Ogni volta che arriva un nuovo coworkers bisogna spiegare esattamente dove si trova tutto

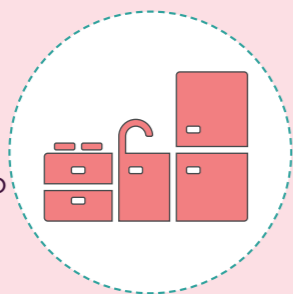


Non è prevista una zona dove tenere il cibo personale o in condivisione

Gli utenti sono poco incentivati a posizionare il cibo in questi spazi

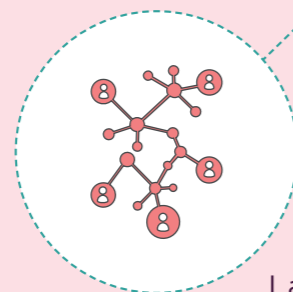


Spesso gli ospiti lasciano cose in giro perché non sanno dove vanno messe

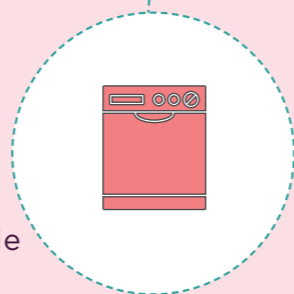


Troppi elettrodomestici invadono il piano cottura e impediscono la pulizia

La disposizione della cucina non promuove l'interazione e il dialogo fra i coworkers, quindi networking. la cucina è un luogo di aggregazione fondamentale per creare



Lavastoviglie
Seconda funzione:
scolapiatti



Difficoltà di creare eventi all'interno dello spazio cucina a causa della complicata disposizione

Troppo grande e spesso non utilizzata dagli utenti

PROBLEMI PER CHI GESTISCE LO SPAZIO

POSSIBILI SOLUZIONI

Configurazioni spaziali che favoriscano la **comunicazione**

Networking: creare un luogo dove nascano opportunità lavorative

Riduzione tempi di **pulizia**

Ottimizzare le zone di **la manutenzione**

Rendere lo spazio più **comunicativo** senza l'uso di post it

No barriere visive

Figura 110: Grafico relativo ai problemi di chi gestisce lo spazio e le possibili soluzioni da applicare al progetto

PREPARAZIONE CIBO

Trovare facilmente tutti gli utensili per la preparazione del piatto

ERGONOMIA COSTRUTTIVA

Cucina modulare
Rivedere dimensioni standard in base alle nuove esigenze

CREARE NETWORKING

Progettare un luogo di aggregazione dove possono nascere nuove amicizie e nuove opportunità lavorative

FACILITA' DI PULIZIA

Facilitare la pulizia delle superfici e degli utensili, tramite una progettazione consona e una scelta dei materiali mirata.

Come unificare questi elementi?

LA COPPA

E' un recipiente di forma concava che contiene cibo e bevande e fin dall'antichità è stato un puro segno di **CONDIVISIONE**.

BOWL

Oggi vengono chiamate **BOWL** o **POKE** e sono dei **contenitori circolari per il cibo** che si presentano per i più svariati utilizzi.

L'ispirazione è partita proprio da qui: cercare di rielaborare la forma della bowl, che meglio esprime il concetto di **condivisione**, per trasformala nell'elemento di unione di tutta la cucina.

Differenti funzioni collegate da un'unica forma e un'unica texture. Questo crea estrema uniformità in tutta la cucina

Una forma molto semplice ma allo stesso **iconica** che si **adatta a tutte le tipologie di spazio**

Il progetto è partito da un semplice contenitore e si **allargato a tutta la cucina**

Una nuova sfida per far comunicare tutti gli oggetti sotto un unico, regolare e morbido disegno.

I VALORI

PERSONALIZZAZIONE DEL PRODOTTO

CONFIGURAZIONE

La cucina è un **SISTEMA APERTO** che offre la possibilità di essere assemblata scegliendo la quantità di attrezzature che più si preferiscono.

Quella che segue è una versione ad isola con 4 fuochi e due lavelli. Ciononostante la cucina può essere **RIDIMENSIONATA**, secondo le esigenze, grazie alla **MODULARITÀ DEL PROGETTO** rappresentata in particolare modo dalla versatilità della struttura portante.

Nell'ultimo capitolo è riportata una versione di **CUCINA LINEARE** ideale per quegli spazi che non possono prevedere una cucina a isola per questioni dimensionali e di costo, soprattutto impiantistico.

La struttura di questa versione è la stessa di quella isola, riconfigurata. Questo comporta un abbattimento dei costi poiché un progetto si adatta a più modelli.

MATERIALI

I materiali proposti sono una sintesi di ricerca del mercato volta a trovare i **PRODOTTI PIÙ IDONEI** nel campo cucina.

Alcune delle caratteristiche cercate sono state: resistenza alla fiamma, all'umidità, resistenza ai graffi, alla corrosione.

Inoltre si è cercato di selezionare **MATERIALI ECOLOGICI E RICICLABILI**, senza rinunciare alle alte performance.

I materiali scelti per la cucina sono stati principalmente il PaperStone® e il BETACRYL®. Questi materiali offrono una grandissima **VARIETÀ DI COLORI**, scelti dal cliente in base al luogo dove la cucina andrà inserita.



Franke è un'azienda che si posiziona in una **FASCIA DI PREZZO MOLTA ALTA**. La sua clientela è ricercata ed esigente, ma allo stesso tempo **SPONTANEA E GIOVANILE**. Le proposte del catalogo Franke hanno fatto emergere **UN'ANIMA GIOCOSA** dell'azienda sia per quanto riguarda i prodotti (vedi ultima cappa smart Deco), sia per quanto riguarda la comunicazione nei social (vedi illustrazioni artisti).

Per questo motivo la filosofia del progetto è stata di creare un **SISTEMA-PRODOTTO CHE ESPRIMESSE RICERCATEZZA E LA QUALITÀ**, ma non solo. Questa qualità è stata espressa con un **LINGUAGGIO FRESCO E GIOVANE** dalle linee morbide e comunicative. E' stato fondamentale quindi che il progetto, oltre che essere bello e di qualità, avesse un'identificazione di un'identità precisa, **UNA FOCALIZZAZIONE SUL BRAND**.



LA STRATEGIA

PER L'AZIENDA

La strategia è stata quella di analizzare lo scenario contemporaneo di riferimento e cercare di apportare delle **SOLUZIONI EFFICACI**, perseguendo un'anticipazione critica su quelli che possono essere i futuri usi di questo ambiente.

Questo mercato ad oggi è totalmente inesplorato e senza **NESSUNO LEADER NEL SETTORE**, e non esiste nessun prodotto personalizzabile per questo tipo di esigenza.

Per questo motivo Franke ha analizzato e compreso le possibilità di inserirsi in un **MERCATO COSÌ ACERBO E PIANO DI STIMOLI**.

I BENEFICI REALI

PER I GLI UTENTI

Dall'analisi iniziale sono emersi tutte le problematiche relative a questo spazio, quali principalmente la **POCA AFFORDANCE DEL PRODOTTO**. Infatti ogni singola attrezzatura di queste cucine risulta difficile da trovare poiché la ante nascondono qualsiasi oggetto che spesso non prevede una posizione specifica. La strategia principale, seguita da una ricerca formale, è stata quella di rendere **L'AMBIENTE ESTREMAMENTE COMPRESIBILE** per chiunque. Eliminando le barriere visive ed ergonomiche e sviluppando il progetto con le linee guida prima illustrate.

I benefici dei coworkers sono di avere un **LUOGO ALTAMENTE FUNZIONALE** dove non solo possono facilmente cucinarsi un pasto, ma creare nuove interazioni e nuove opportunità lavorative. **UN LUOGO APERTO A STIMOLI E USI DIVERSI** senza avere paura di "mettere in disordine" o comportarsi come in casa di sconosciuti.

PER CHI GESTISCE LO SPAZIO

Per chi gestisce lo spazio questa cucina comporta dei notevoli vantaggi. In prima linea crea un valore aggiunto al luogo, poiché comunica ai futuri coworkers la possibilità di utilizzare la cucina in modo facile e intuitivo, questo è sicuramente un aspetto che i coworkers tengono in considerazione, poiché sono consapevoli di avere un spazio funzionale dove prepararsi il pranzo senza dover spendere al ristorante. Questo comporta un beneficio per le loro economie.

Il networking è un aspetto fondamentale di questi spazi. Dalla ricerca è emersa la necessità di avere un luogo di integrazione per far scattare quelle interazioni fra le persone con legami deboli. Queste interazioni accadono nelle aree comuni, come la cucina. Non esiste un coworking che non punta ad amplificare la sua rete di lavoratori, non per una questione etica ma finanziaria: il lavoro crea lavoro.

Progettare una area comune che favorisce l'integrazione, dà un valore aggiunto all'immagine dello spazio che diventa più appetibile da parte di futuri coworkers che credono nello spirito innovativo di questi nuovi ambienti di lavoro, e riempie le tasche dei gestori dello spazio.

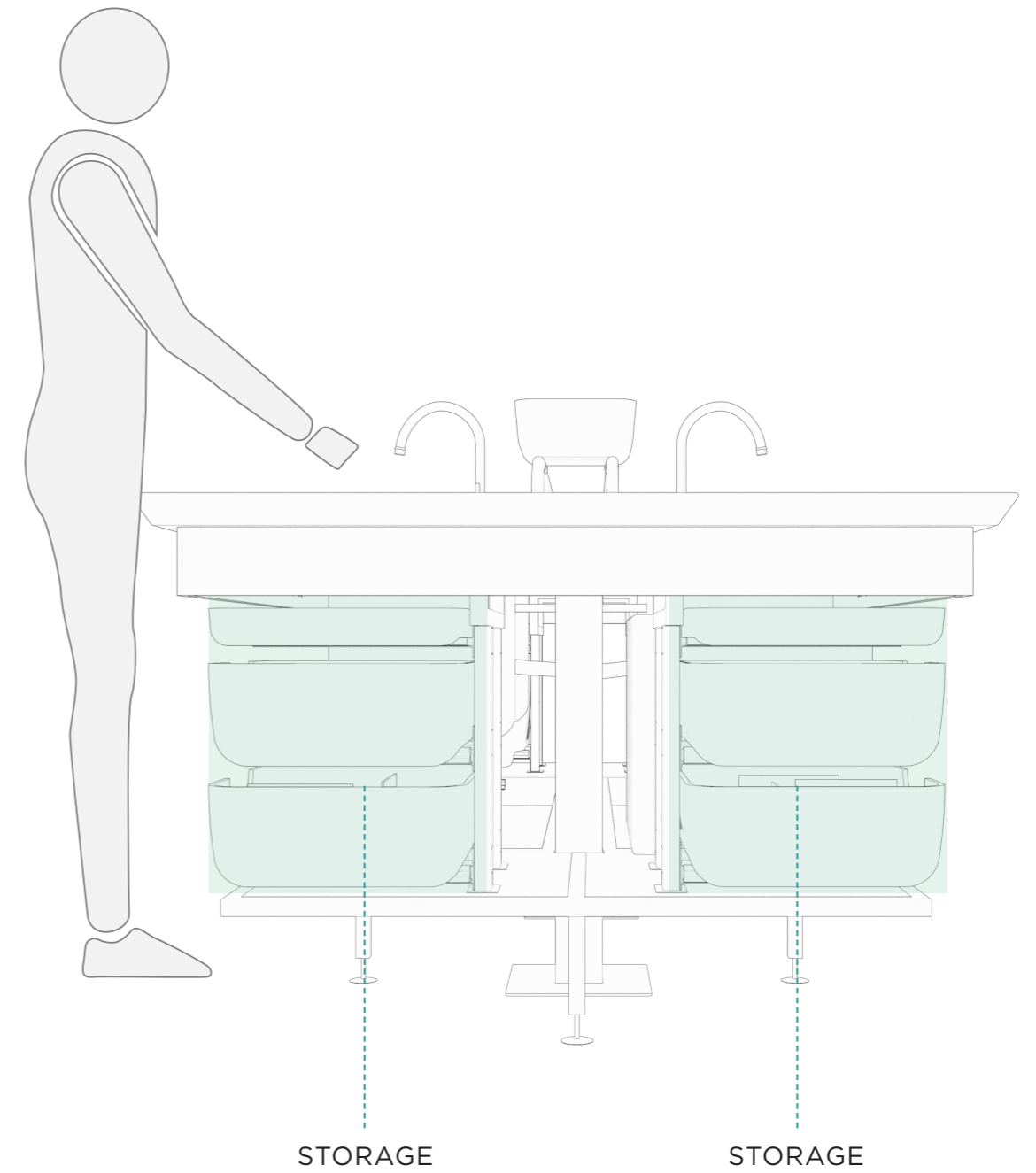
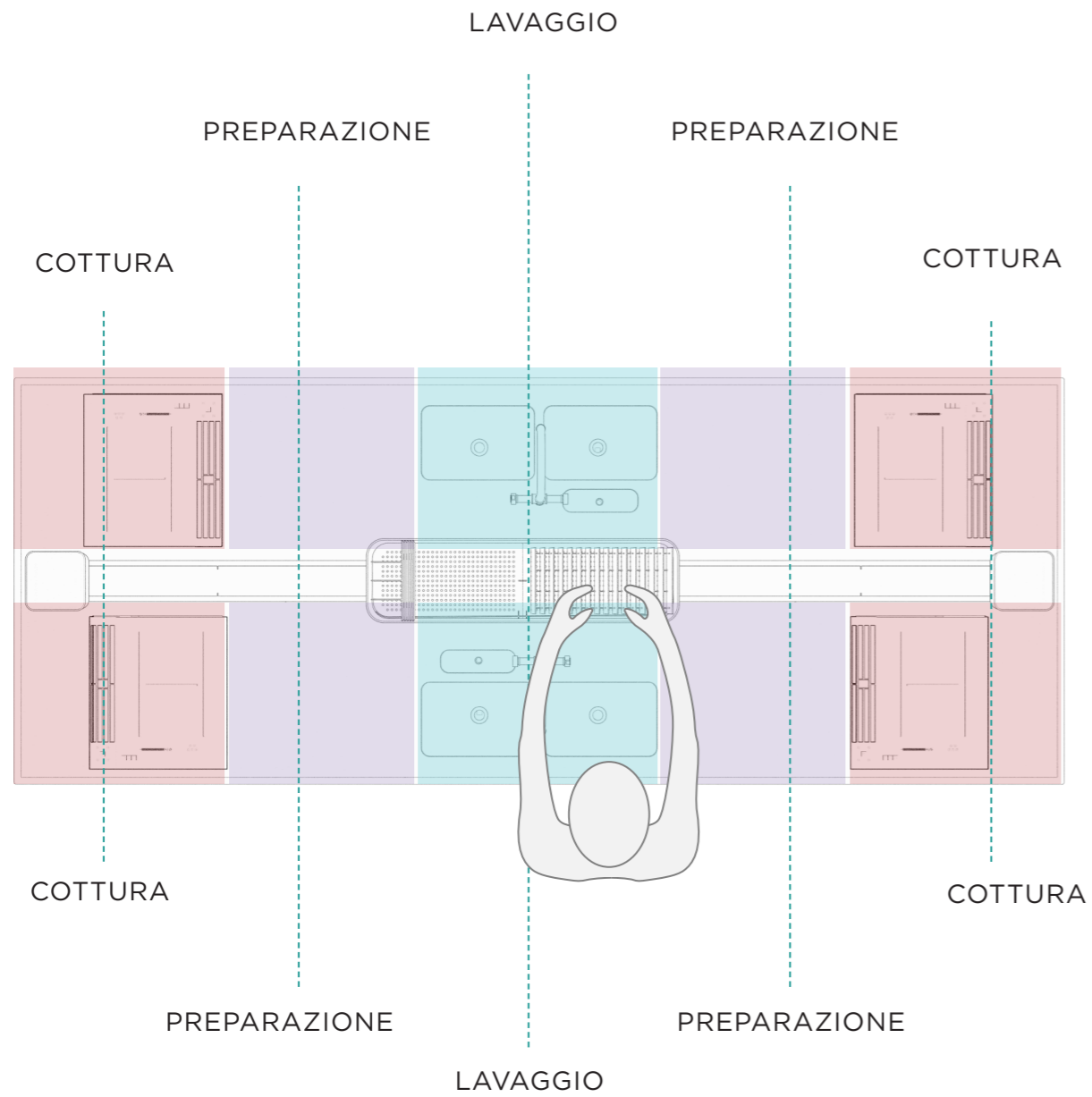
Altro aspetto fondamentale nell'investire su una cucina così comunicativa e intuitiva, evita ai gestori dello spazio di illustrare ai nuovi coworkers dove trovare gli oggetti e come funziona la cucina, senza considerare l'eliminazione dei fastidiosi post-it. Questo comporta una notevole riduzione di tempo.

Infine la cucina è molto più accessibile e "aperta", questo fa sì che diminuiscano i tempi di pulizia e di gestione dello spazio.

**I GESTORI DEGLI SPAZI
RAPPRESENTANO I POSSIBILI
ACQUIRENTI DEL SISTEMA
PRODOTTO**



7.7 Iungo: Il progetto a cucina ad isola



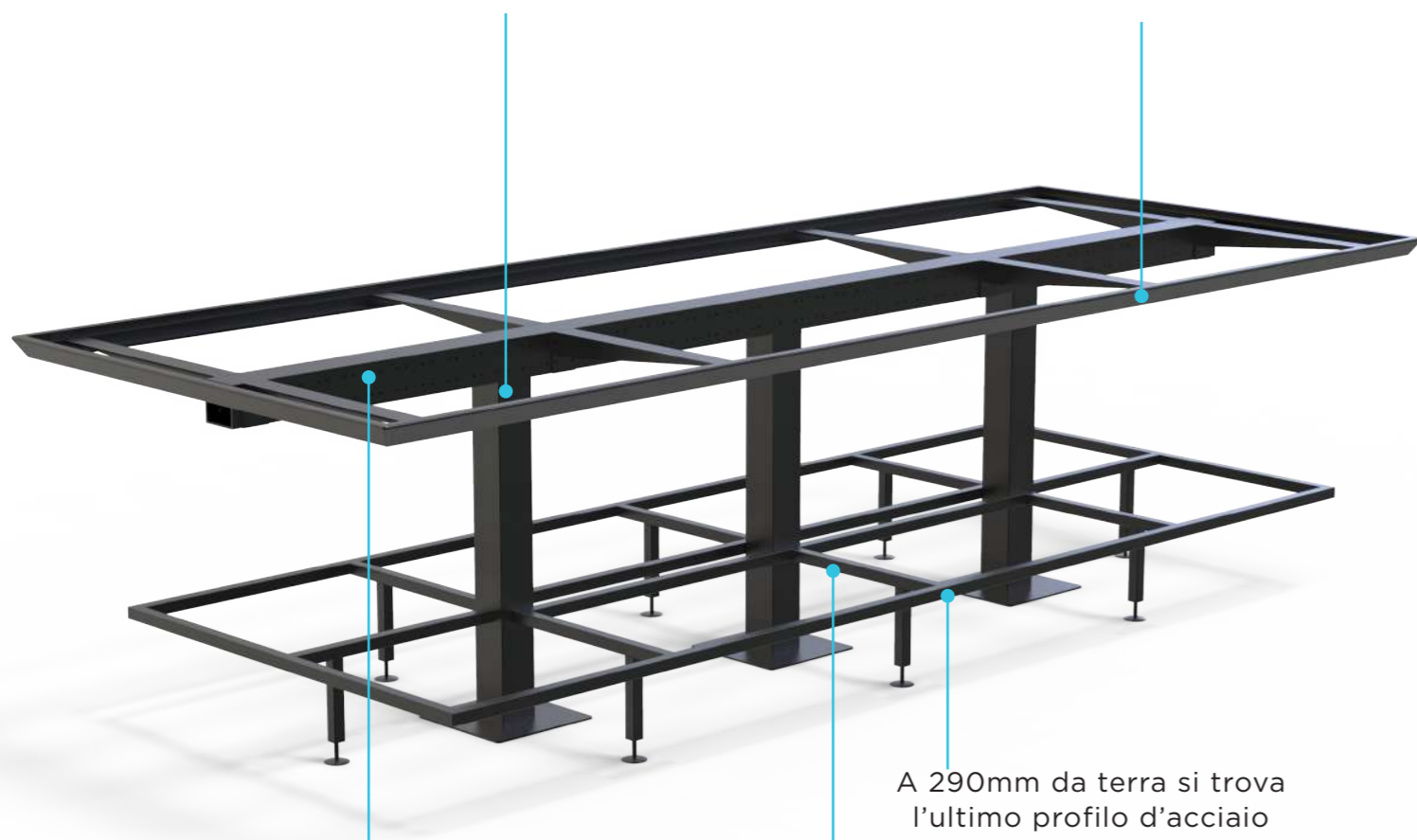
LA STRUTTURA PORTANTE

LE TRAVI VERTICALI a sezione quadrata di 100mm, assieme alla trave orizzontale sono la struttura portante della cucina. A terra presentano delle piastre quadrate che consentono un ottimale fissaggio al terreno.

IL TELAIO ESTERNO

presenta un fillet di 60mm per evitare la presenza gli spigoli vivi e rientra di 30mm su entrambi i lati. Questo componente presenta una **FUNZIONE SIA STRUTTURALE CHE ESTETICA** ed è sorretto dalle braccia orizzontali.

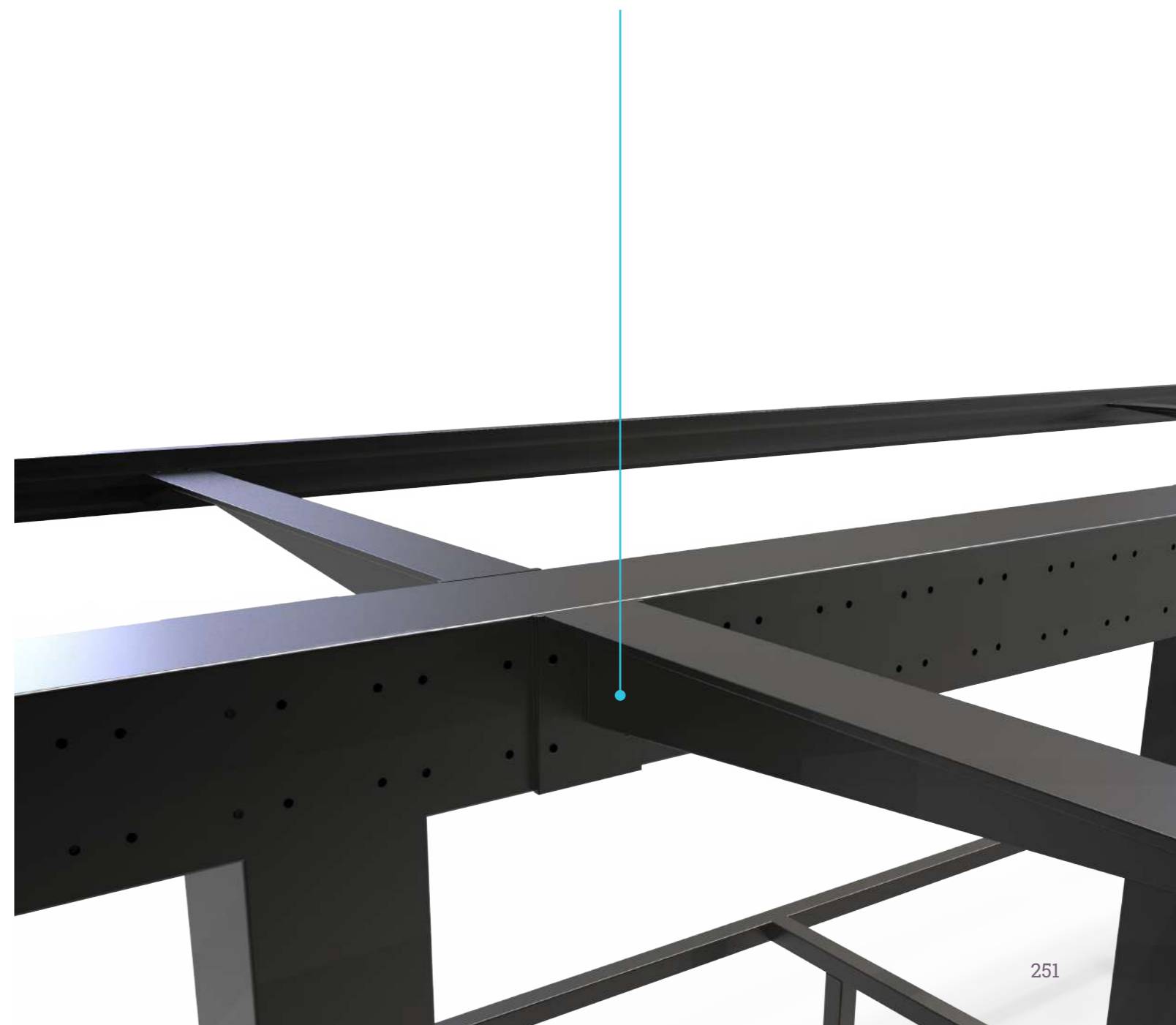
LE BRACCIA ORIZZONTALI sono collegate alla struttura portante tramite dei bulloni. Le braccia sono **POSIZIONABILI CON UN INTERASSE DI 100MM**, dove è più richiesta la presenza di un sostegno.



L' ALBERO ORIZZONTALE ha il compito di sorreggere la struttura e ne garantisce l'equilibrio

A 290mm da terra si trova l'ultimo profilo d'acciaio che funge da sostegno per i cassetti più bassi.

Si articola una struttura a doppia croce realizzata sia per il sostegno dei cassetti, sia per scaricare il peso dei cassetti ai piedini centrali



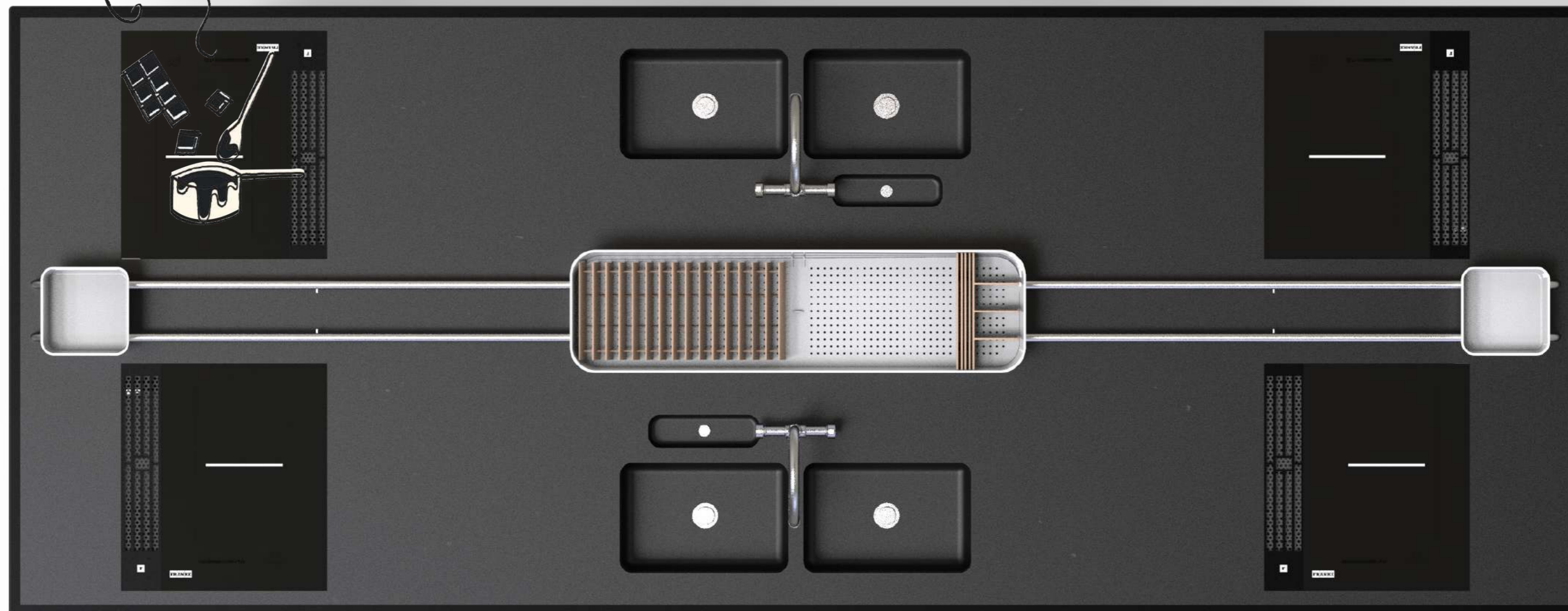
I PIEDINI sono a sezione quadrata di 30mm e poggiano su un piedistallo circolare con diametro 60mm. Sono alti 290mm, ma la loro struttura ne permetta la regolabilità mediante il piedistallo terminale filettato..

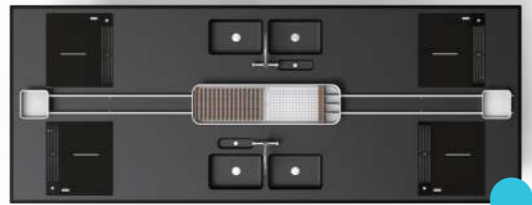


Il Worktop in PaperStone ha uno spessore di 19mm e viene poi posizionato all'interno del **TELAIO IN ACCIAIO DI 50MM** che lo supporta. Il risultato è un accostamento materico forte e funzionale.



I PIANI ORIZZONTALI



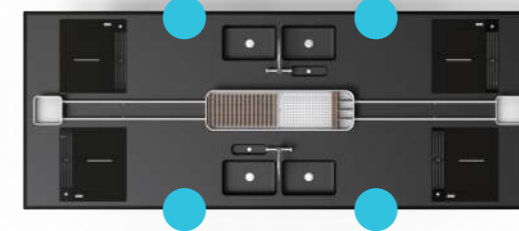


WORKTOP di 19mm in **Paperstone**.

Lo spessore del bordo esterno è di 50mm. Al fine di alleggerire la struttura è stato progettato un **TELAIO DI SOSTENGO** con profilo e base in acciaio. Il Worktop, quindi, ha uno spessore di soli 19mm

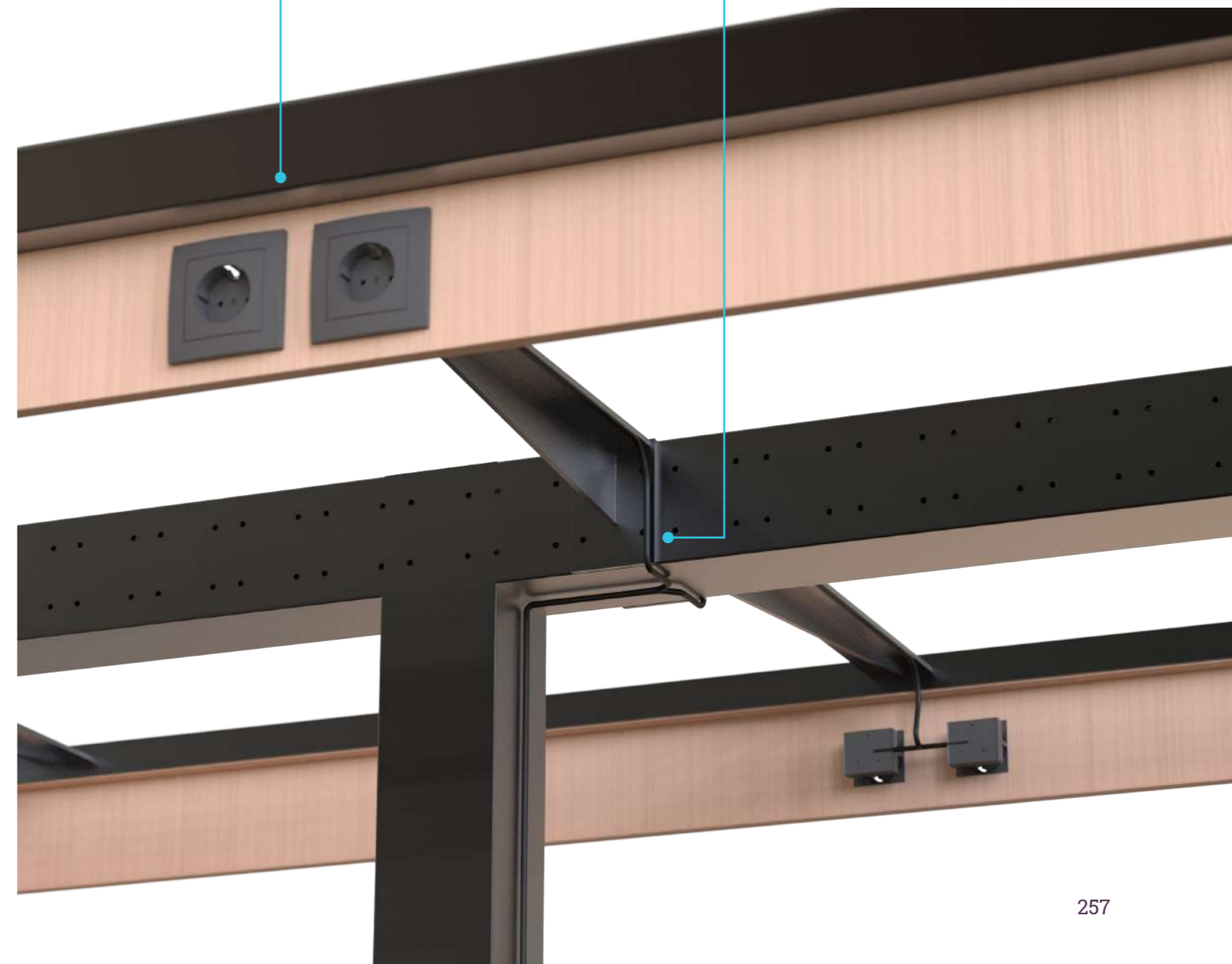
La fascia orizzontale, di altezza 110mm, ha lo scopo di nascondere il passaggio dei cavi elettrici e l'ingombro dovuto dalla cappa ad induzione. Per un totale di 160mm.

L'immagine collettiva risulta forte con un imponente impatto visivo, in contrasto con la parte inferiore della cucina che presenta una



Nella fascia orizzontale sono state posizionate 4 prese elettriche, in vista e su punti ideali per l'appoggio degli elettrodomestici nel top cucina.

I fili della corrente partono dall'estremità delle prese e scendono lungo uno delle tre travi di sostegno della cucina per mimetizzarsi con la struttura ma, allo stesso tempo, la loro posizione garantisce una facile manutenzione





PaperStone® è il **MATERIALE ECOLOGICO** di nuova generazione prodotto con carte riciclate e certificate FSC® impregnate con una resina naturale denominata PetroFree™ in quanto non contenente composti derivanti da scarti petroliferi.

Il risultato è quello di un prodotto estremamente performante ed al contempo rispettoso dell'ambiente. Nel ciclo di produzione sono impiegate solamente materie prime rigidamente selezionate e controllate, dalle carte alle resine, ecco perché PaperStone® vanta le certificazioni più restrittive in termine di ambiente.

Ogni eccesso derivante dal ciclo produttivo viene riciclato o reimpiegato; ciò consente di non generare alcun materiale di scarto o inquinante e quindi nocivo per l'ambiente e la salute dell'uomo. PaperStone® rappresenta quindi una scelta naturale e responsabile.

RICICLATO AL 100%.

PaperStone® è prodotto con carta e cartoni riciclati certificati FSC® impregnati con una resina naturale denominata PetroFree™ ricavata principalmente dalla "spremitura" dei gusci degli anacardi.

PaperStone® rappresenta a suo modo una nuova rivoluzione culturale essendo un materiale realizzato esclusivamente con materie prime ecologiche quali carta e cartoni certificati FSC® unitamente a tecnologie evolute che prevedono l'utilizzo di resine naturali derivanti da prodotti disponibili in natura.

Design Collaction

1 **180°** Resistente alle Alte temperature e shock termico
Fino a 180 °C non viene rilevata nessuna modificazione sulla superficie
High Temperature Resistance
The surface will withstand heat up to 180°C without deformation.

3 **Resistente ai graffi.**
La superficie presenta una grande resistenza
ai maltrattamenti ed in caso di graffi superficiali, essendo un materiale colorato in massa, consente una facile levigatura per ripristinare la superficie danneggiata.

2 **H₂O** Resistente all'umidità
I piani e i lavabi in PaperStone® sono idrorepellenti e praticamente impermeabili, mantengono inalterate le loro caratteristiche originarie.
Waterproof resistant
PaperStone® counter-tops and sinks are water resistant and practically impermeable, maintaining their original features and avoiding surface deterioration.

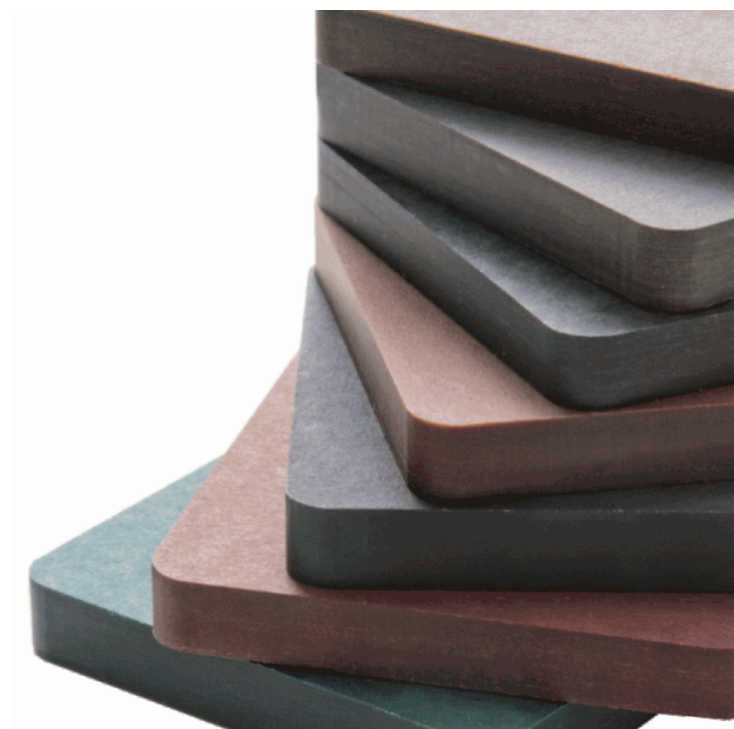
6 **Resistente alle Sigarette**
Nei test effettuati in laboratorio la superficie di PaperStone® ha dimostrato una ottima resistenza alla bruciatura di sigaretta.
Cigarette resistance
In laboratory tests conducted, PaperStone® proved to have excellent resistance to

4 **Resistente agli impatti.**
PaperStone® resiste ad impatti fino a 20.000 Kg senza subire nessun danno visibile o rilevante.
Impact resistant.
PaperStone® withstands impacts up to 20,000 lbs without incurring any perceptible or visible damage.

5 **Resistente alle macchie**
Le superfici in PaperStone® risultano di facile pulizia e conservazione. PaperStone® curato con prodotti lavanti non acidi e panni in microfibra per detergere le superfici, mantiene un aspetto nuovo per molti anni; per un ambiente resistente a ogni tipo di macchia.



MATERIALE PESO TOTALE PaperStone 100Kg



Il Dekton è una pietra sinterizzata composta da oltre 20 minerali naturali. Nel suo processo produttivo sono inseriti vetro, materiali ceramici e quarzo di altissima qualità. Le lastre ottenute possono raggiungere dimensioni molto ampie e spessori molto ridotti, mantenendo intatte le notevoli prestazioni. È un materiale altamente tecnologico, estremamente resistente a macchie, graffi, abrasioni, al fuoco e al calore; inoltre è stabile nel tempo, molto compatto e quindi igienico, totalmente impermeabile ai liquidi e immune a impronte e aloni. Mantiene inalterato il suo aspetto per tutta la sua vita.

ULTRA COMPATTO

La pressatura di Dekton avviene con una pressa da 25.000 kg che trasforma il piano in una superficie ultracompatta di grande formato in grado di:

- Azzerare i livelli di assorbimento
- Mantenere nel tempo la stabilità cromatica
- Avere assoluta stabilità dimensionale
- Resistere alla compressione, Flessione e urti

ULTRA PERFORMANTE

Dekton è un materiale con prestazioni straordinarie. La combinazione intelligente di materie prime e i processi tecnologici di ultima generazione impiegati per la sua produzione fanno di Dekton un prodotto molto speciale e a elevatissime resistenze a:

- Fuoco e calore fino a 1300° (circa)
- Raggi ultravioletti
- Graffi
- Abrasioni
- Macchie
- Ghiaccio e scongelamento

ULTRA PROFONDO

Dekton è un materiale in “tutto-spessore”, così detto in quanto ha una “pelle” profonda, progettata in tre dimensioni affinché la decorazione superficiale resti invariata nel tempo e continui all’interno del prodotto

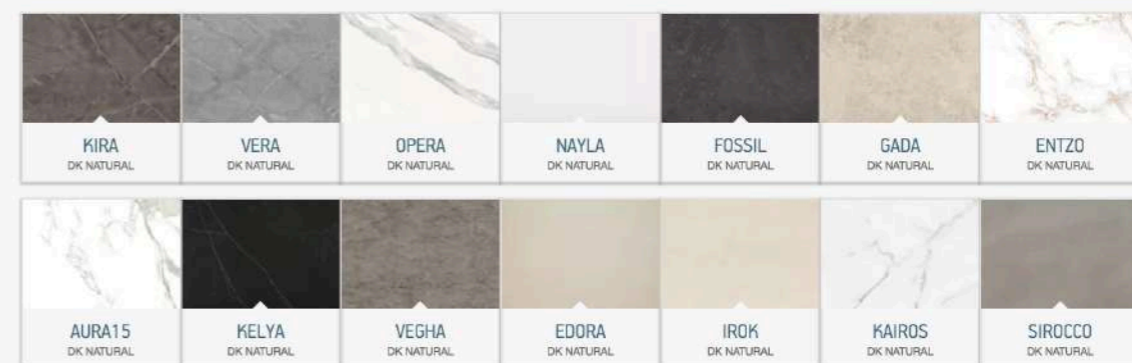
ULTRA FORMATO CM 320X144

Grazie alle dimensioni e alla leggerezza di Dekton (320 x 144 cm) crescono in modo esponenziale le possibilità progettuali in cucina, in bagno, su facciate, pareti e pavimenti a elevato traffico.

DK INDUSTRIAL



DK NATURAL



XGLOSS NAT



XGLOSS NATURAL



XGLOSS BASIQ



IL SISTEMA ACQUA

1 Lavandino

Le vasche sono state progettate seguendo gli standard Franke. Data la volontà di costruire un **PIANO CONTINUO** dal punto di vista materico, quest'ultime sono del medesimo materiale del top cucina.

La scelta di progettare **DUE VASCHE**, anziché una singola vasca, è dovuta al doppio uso del lavandino, ovvero una parte è adibita alla lavaggio delle stoviglie, l'altra alla preparazione del cibo. Inoltre è fondamentale che ogni piano di lavoro abbia la sua vasca.

La vaschetta a sinistra del miscelatore è un contenitore spugne per il lavaggio delle stoviglie e presenta un **CANALE DI SCOLO PROPRIO INDIPENDENTE DALLE ALTRE DUE VASCHE**. Questo evita il formarsi di acqua stagnante e quindi di odori.



IL SIFONE è un modello Franke.

E' stato progettato un **BOX DI COPERTURA ISPEZIONABILE** per facilitare la gestione del sifone in caso di manutenzione.

Il modello qui riportato è un 3d degli **INGOMBRI** totali e di come il sifone si muove intorno alla trave verticale.

Le specifiche tecniche si trovano all'interno del book dei disegni tecnici.



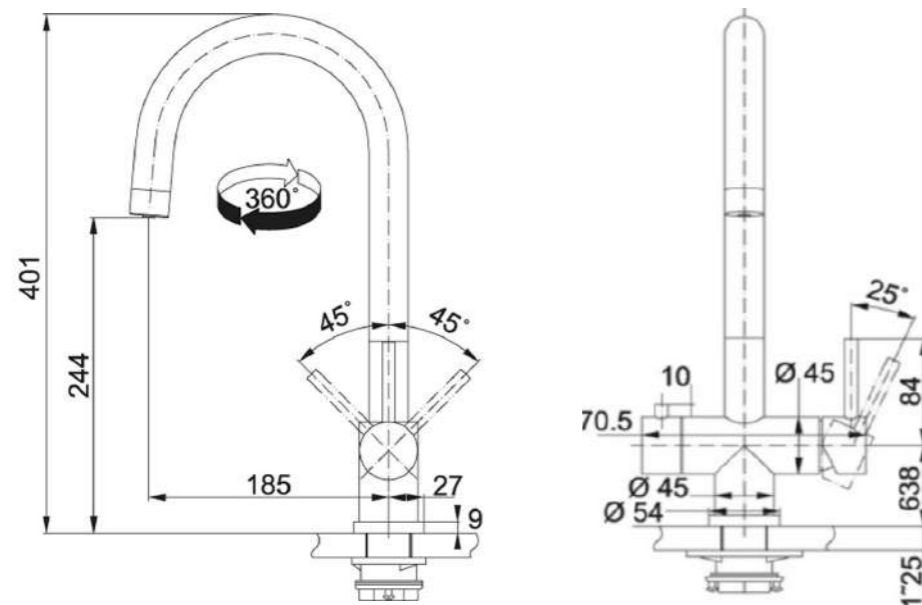
2 Miscelatore

Modello
FUN# 120.0179.979

Il miscelatore è un modello dell'azienda Franke. E' stato scelto non solo per la sua forma sinuosa che ben comunica con il progetto, ma per la possibilità di filtrare l'acqua e renderla bollente.

SISTEMI DI FILTRAZIONE FRANKE

rimuove: batteri nocivi, parassiti di vario genere, fra cui il Cryptosporidium, cloro e piombo
L'obbiettivo è dimezzare la quantità di bottigliette di plastica



Scala 1:50

SISTEMA ACQUA BOLLENTE

Se la manopola del miscelatore viene inclinata verso l'esterno di 25° l'acqua si riscalda in pochissimo tempo fino a 90 grandi. Dall'analisi degli spazi di coworking è emerso che uno degli elettrodomestici che non manca mai è il bollitore, tramite questo sistema, quindi, si propone la sostituzione del bollitore e quindi l'alleggerimento visivo della cucina. (senza contare gli sprechi)

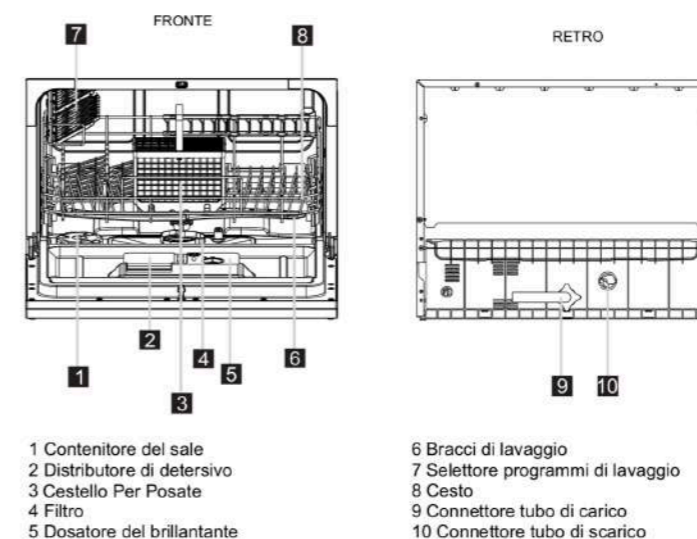


3 Lavastoviglie

Lavastoviglie di classe A+, 6 coperti, 6 programmi di lavaggio con 5 diversi livelli di temperatura e solo 7 litri di consumo d'acqua a ciclo. Lavaggi a partire da 20 min



CARATTERISTICHE:

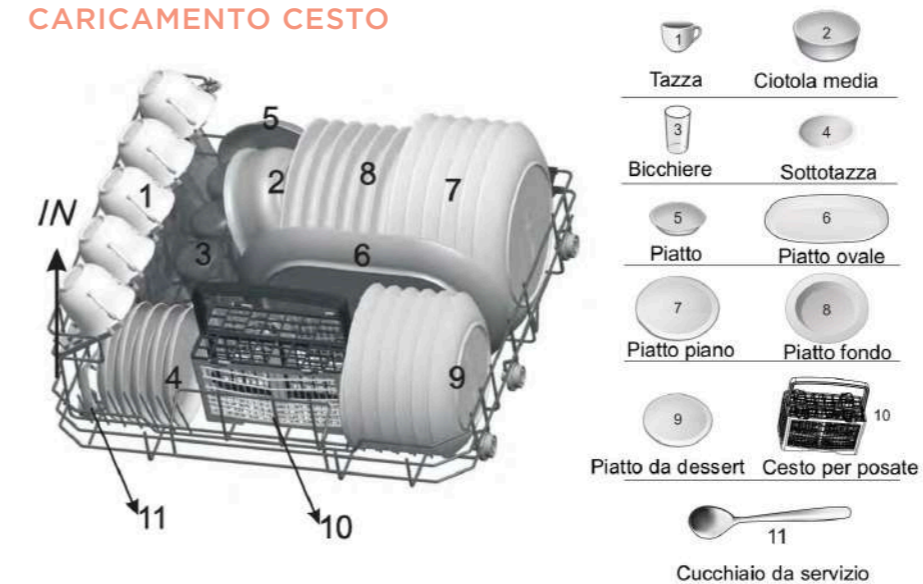


1 Contenitore del sale
2 Distributore di detersivo
3 Cestello Per Posate
4 Filtro
5 Dosatore del brillantante

6 Bracci di lavaggio
7 Selettore programmi di lavaggio
8 Cesto
9 Connettore tubo di carico
10 Connettore tubo di scarico

Larghezza (mm)	550
Profondità (mm)	500
Peso netto (kg)	21
Peso lordo (Kg)	25

CARICAMENTO CESTO



1 Piano cottura a induzione filo top

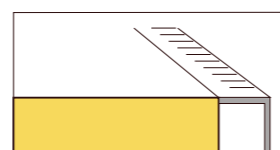
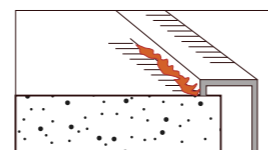
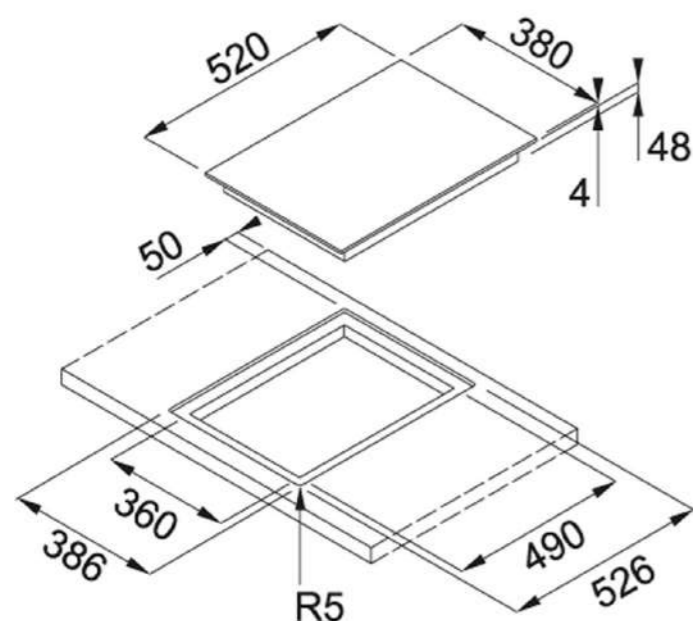
Modello Mythos
FHMT 302 1FLEXI INT
Glass black



SISTEMA A FILO TOP

Il piano cottura è stato scelto ad induzione per evitare l'installazione nei luoghi di lavoro, inoltre questi modelli di piani cottura prevedono un'installazione a filo top, ovvero garantiscono la continuità della superficie senza la creazione di dislivelli. Questi costituiscono motivo di sporco, incrostazioni e difficoltà nella pulizia.

Con il sistema a filo top il piano di lavoro è continuo, così si evita il formarsi di **SPORCO E MUFFE NEI BORDI**



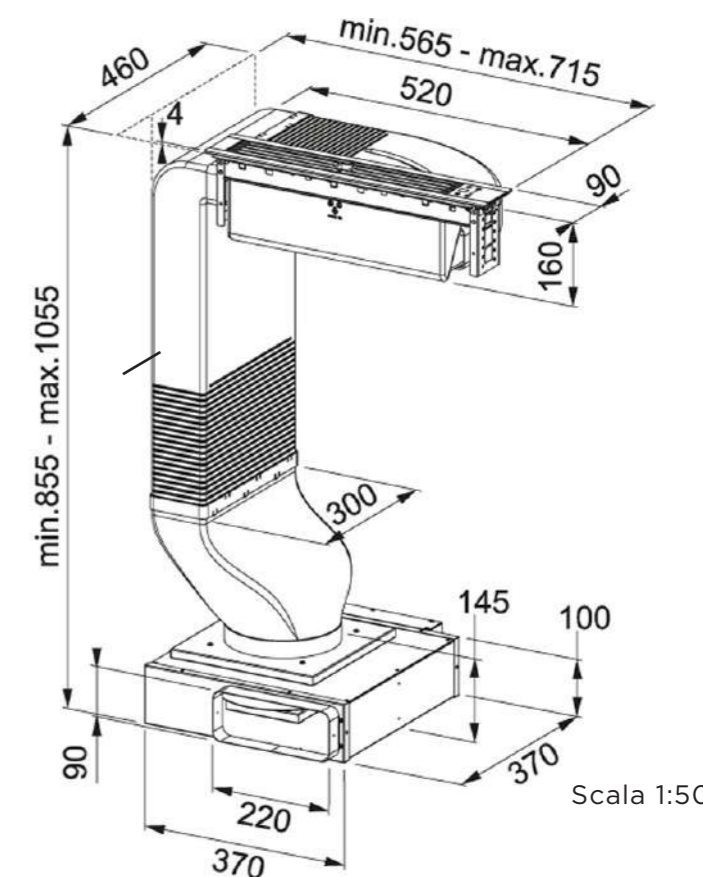
Scala 1:50

2 Cappa a induzione filo top

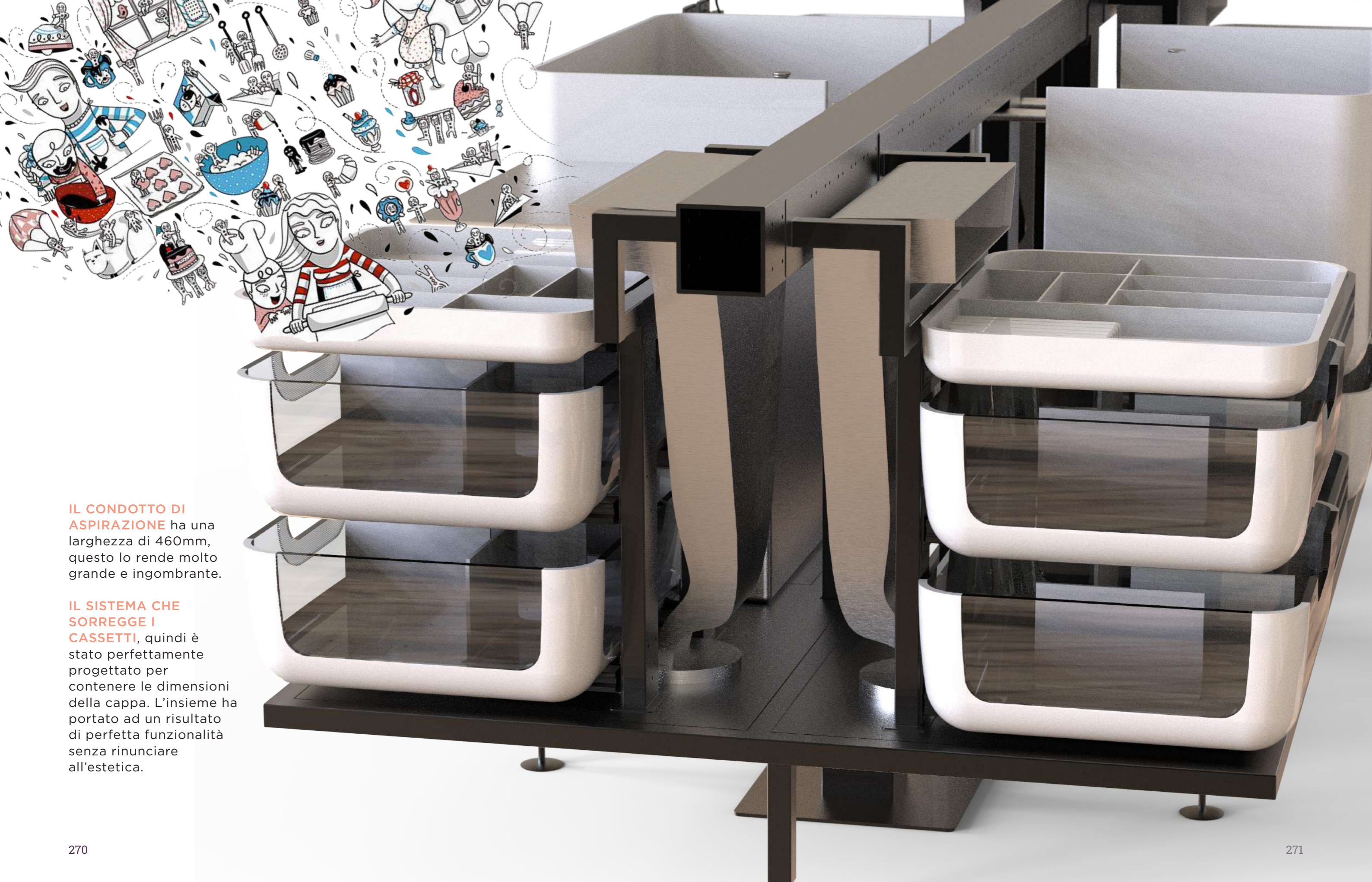


SISTEMA A FILO TOP

La cappa a induzione è un sistema integrato con il piano cottura. Questa sistema prevede un'installazione a filo top che garantisce una continuità della superficie senza la creazione di dislivelli. Questi dislivelli costituiscono motivo di sporco, incrostazioni e difficoltà nella pulizia.



Scala 1:50



IL CONDOTTO DI ASPIRAZIONE ha una larghezza di 460mm, questo lo rende molto grande e ingombrante.

IL SISTEMA CHE SORREGGE I CASSETTI, quindi è stato perfettamente progettato per contenere le dimensioni della cappa. L'insieme ha portato ad un risultato di perfetta funzionalità senza rinunciare all'estetica.

1 LA BOWL: deposito e scolo stoviglie

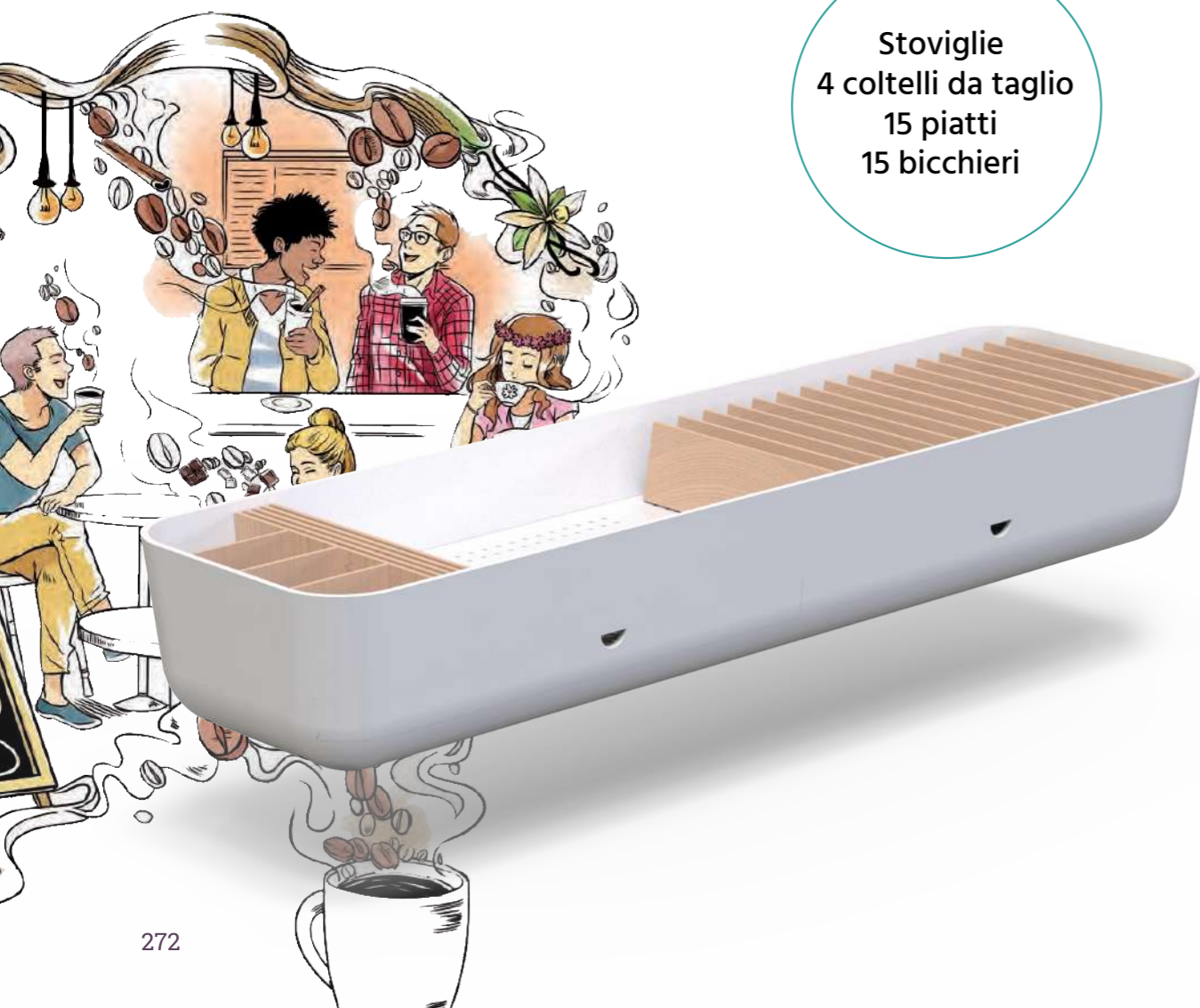
Quello che la Bowl contiene sono definiti come i **BISOGNI PRIMARI** per la preparazione del pranzo, ovvero piatti, bicchieri e stoviglie.

Questi oggetti devono essere sempre in vista ed accessibili, per questo motivo la Bowl è sopraelevata rispetto a tutto il resto della cucina.

SISTEMA DI STORAGE

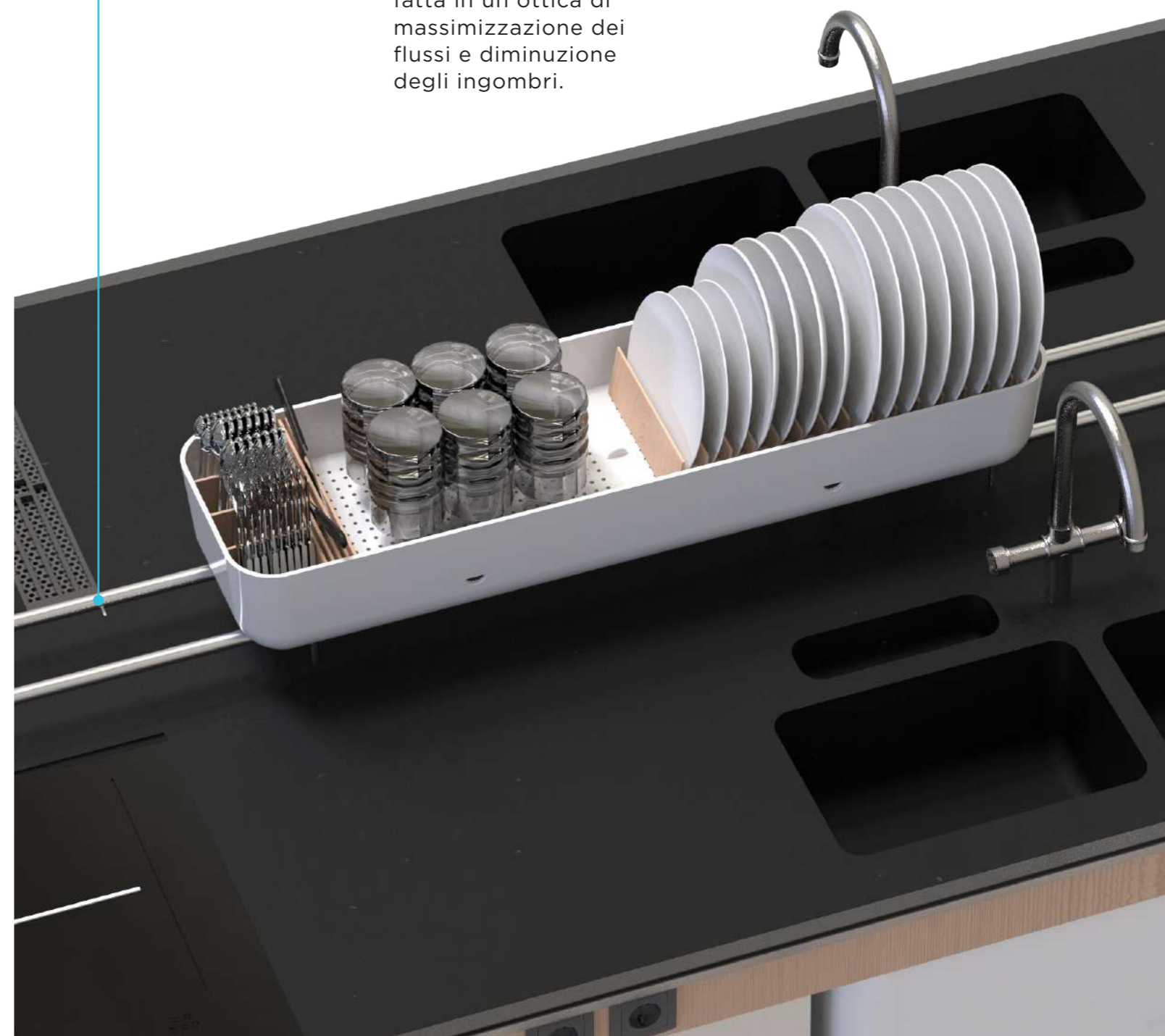
La Bowl è il fulcro del progetto. Le sue linee morbide e continue sono state mantenute per lo sviluppo di tutti i sistemi di storage della cucina.

Stoviglie
4 coltelli da taglio
15 piatti
15 bicchieri



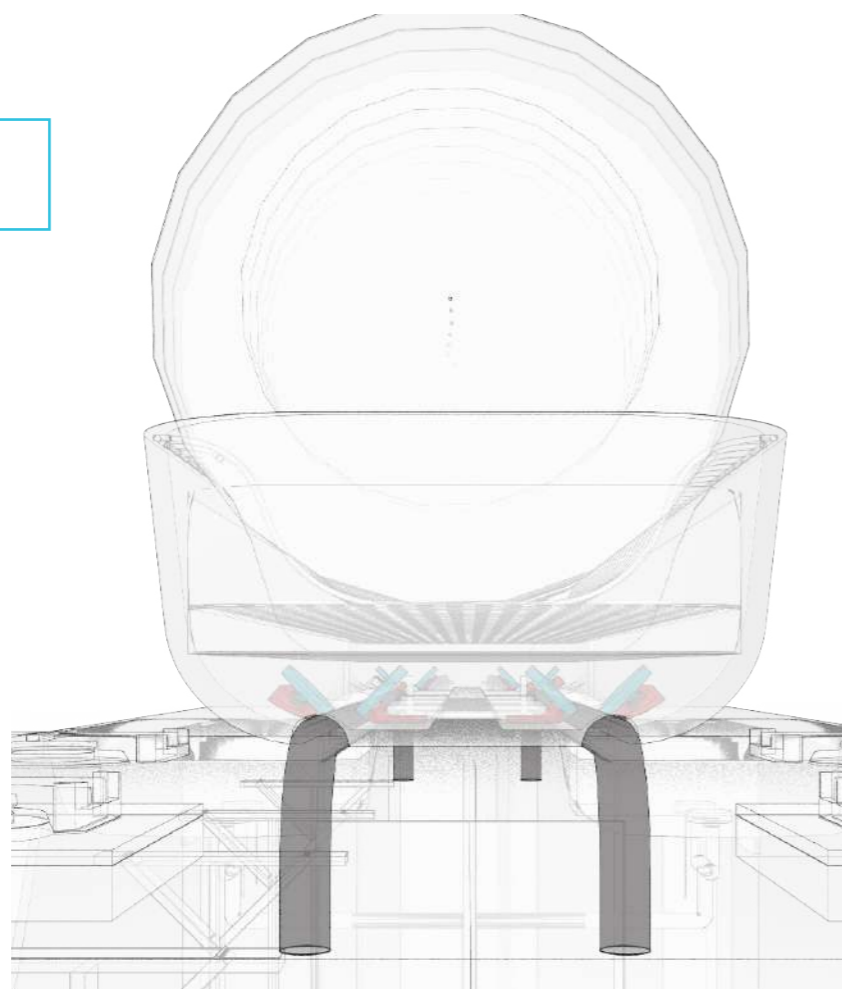
Tramite il **MOVIMENTO LUNGO I BINARI** nel top cucina, la Bowl può essere trasportata da una parte all'altra con estrema facilità. Questa scelta è stata fatta in un'ottica di massimizzazione dei flussi e diminuzione degli ingombri.

I DIVISORI permettono la separazione tra le stoviglie, coltelli da tagli, bicchieri e piatti

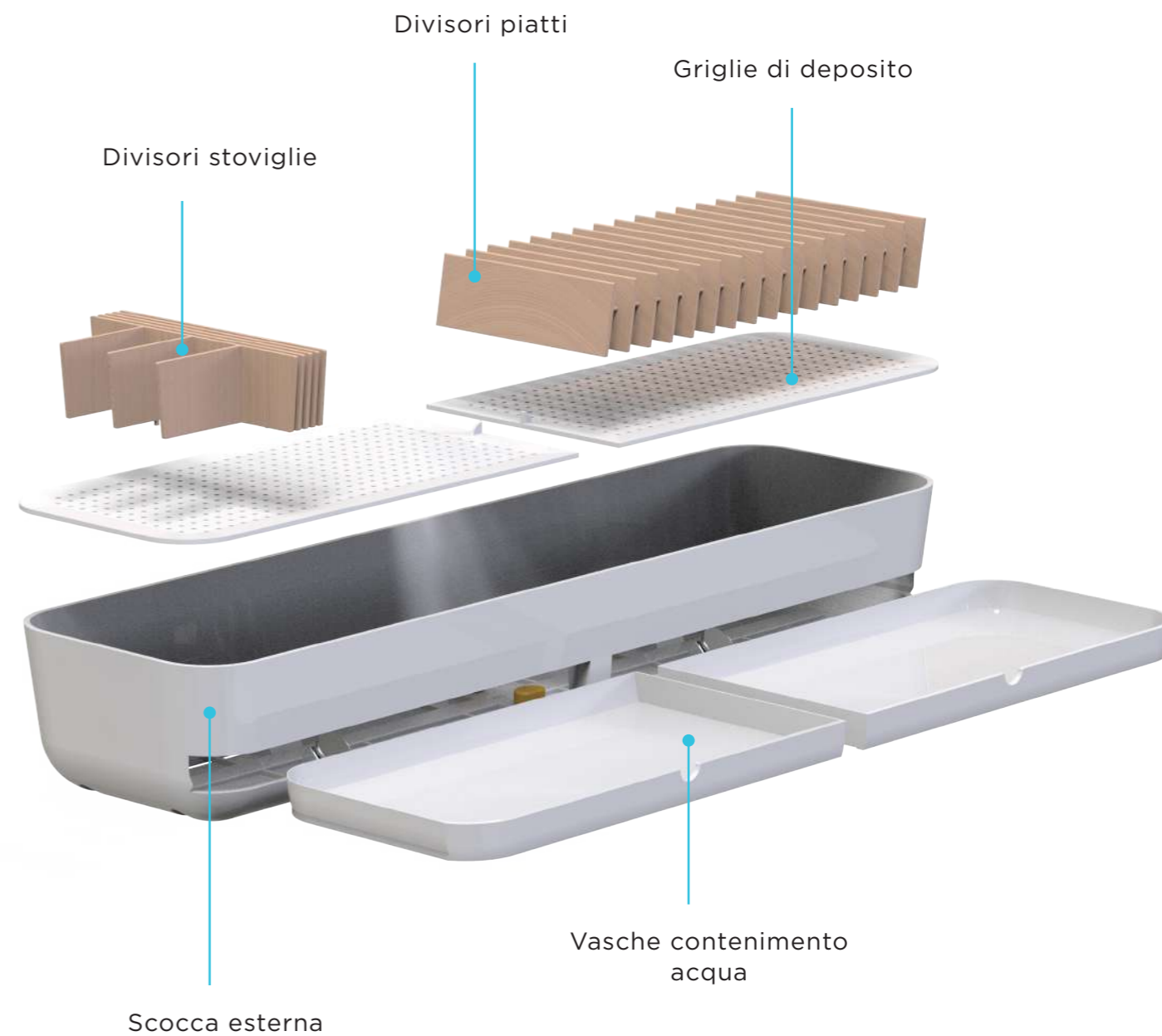


MOVIMENTO LUNGO IL TOP CUCINA

Rotaia "Dolly"



- Binari top cucina
- Ruote
- Sostegno ruote



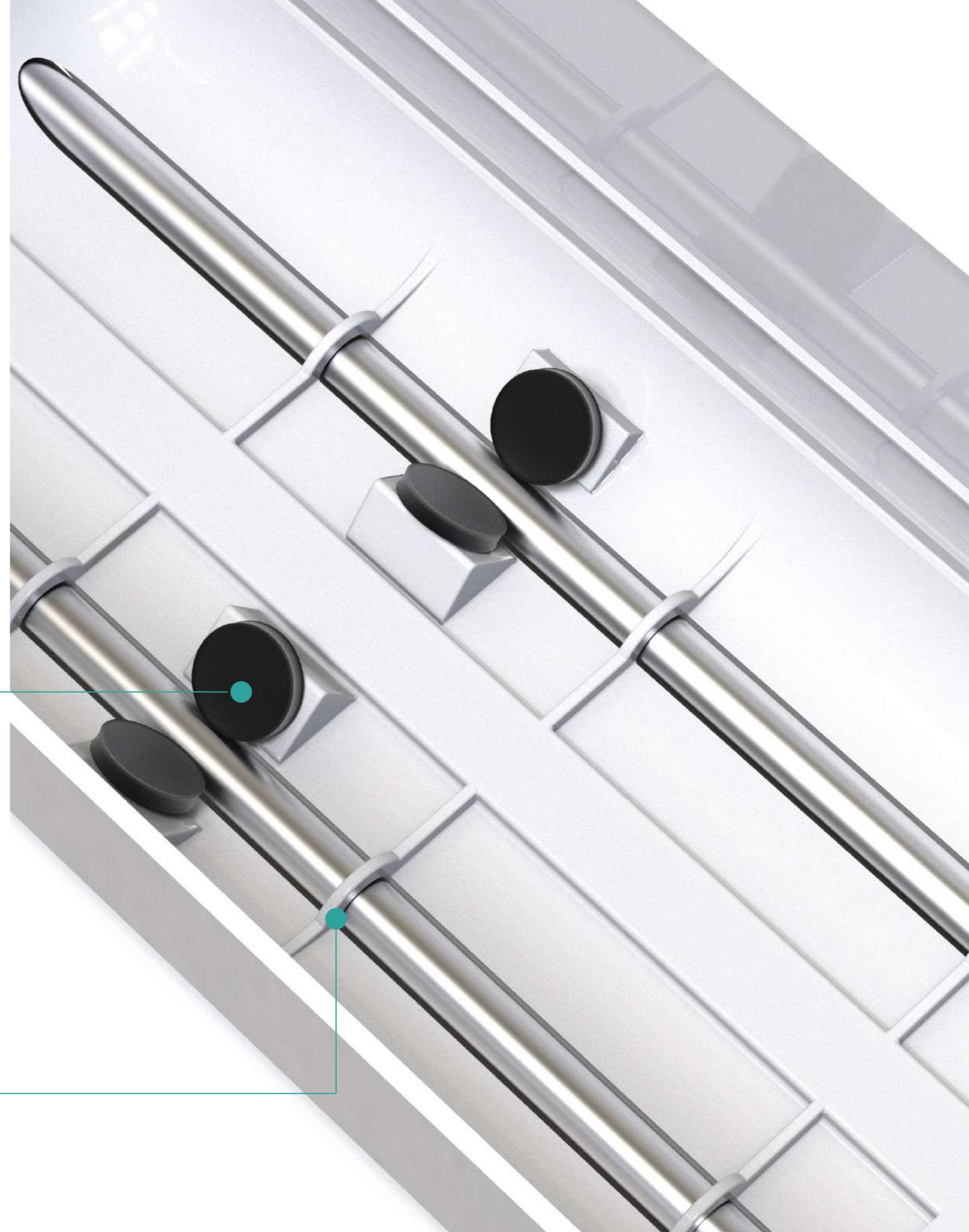
1° STEP

Posizionare la Bowl
sopra tra i binari



LE RUOTE corrono lungo i binari del top cucina rendendo il movimento estremamente fluido e stabile.

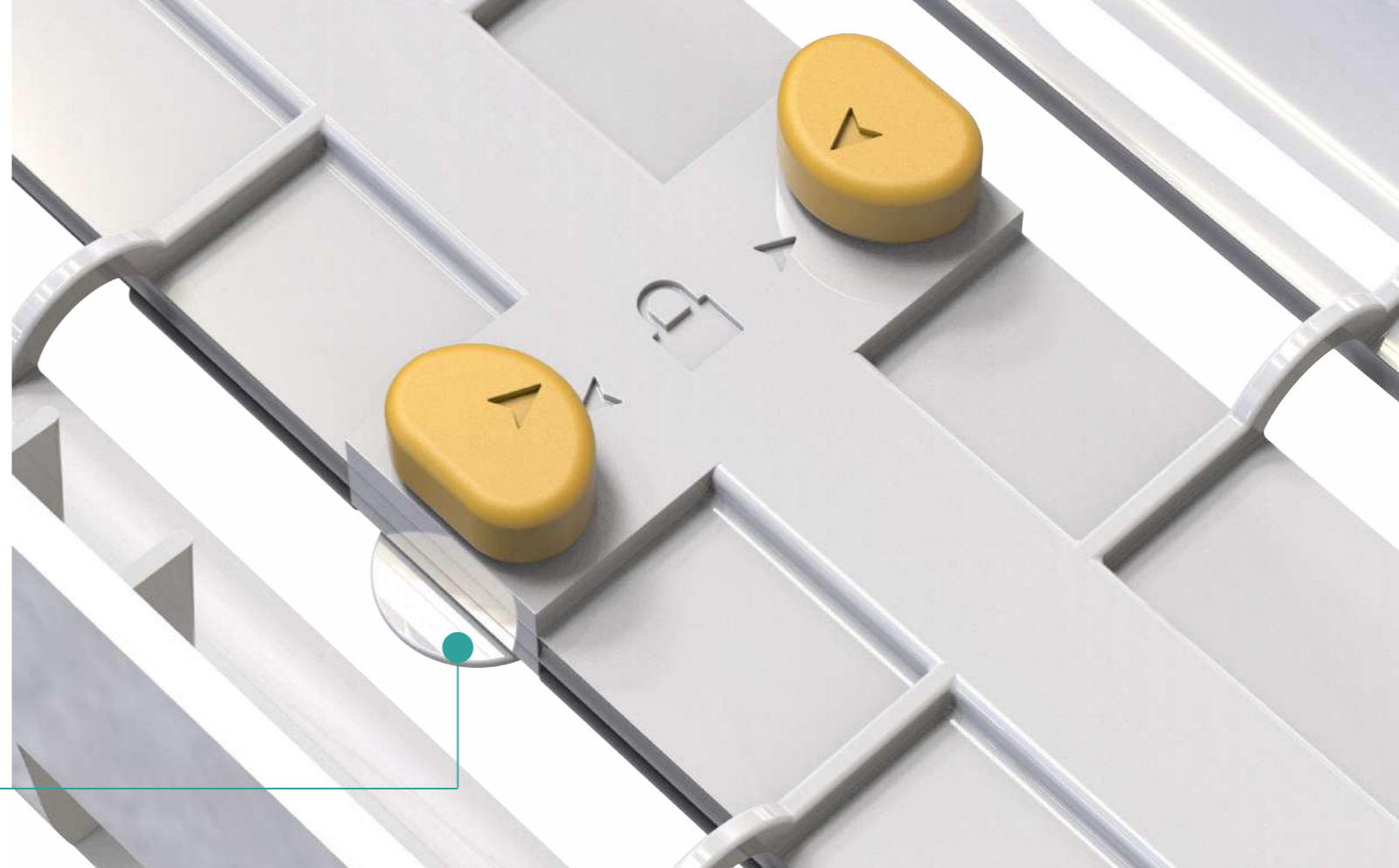
LE COSTOLE irrigidiscono la struttura che risulta debole (causa solchi delle rotaie), quindi ristabiliscono la continuità strutturale nel fondo evitando che si imbarchi o ceda quando soggetta a carichi.





SISTEMA DI BLOCCAGGIO

Inserita la Bowl nei tubi si attiva il sistema di bloccaggio grazie a un perno ruotato di 90°.
In questo modo la bowl non può più essere sollevata e la struttura diventa molto resistente, evitando così spiacevoli incidenti.



I **FINECORSA** sono posizionati agli estremi dei binari e determinano il limite di movimento della Bowl



Perno **BLOCCA STRUTTURA**

Gli **AMMORTIZZATORI** addolciscono l'impatto con i finecorsa situati agli estremi delle rotaie.

2° STEP

Inserire la vasca di contenimento dell'acqua



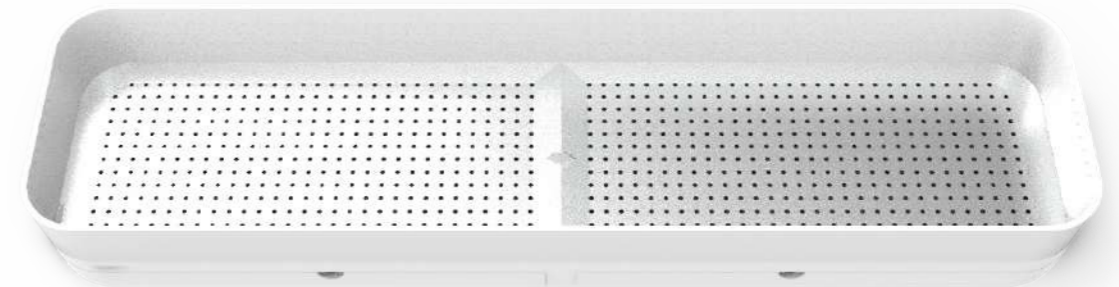
VASCA CONTENIMENTO ACQUA

Tramite il foro creato a lato, si può estrarre la vasca quando risulta essere piena d'acqua.

Le vasche sono due per facilitare la pulizia date le dimensioni contenute.

3° STEP

Inserire la griglia di scolo



GRIGLIE DI SCOLO

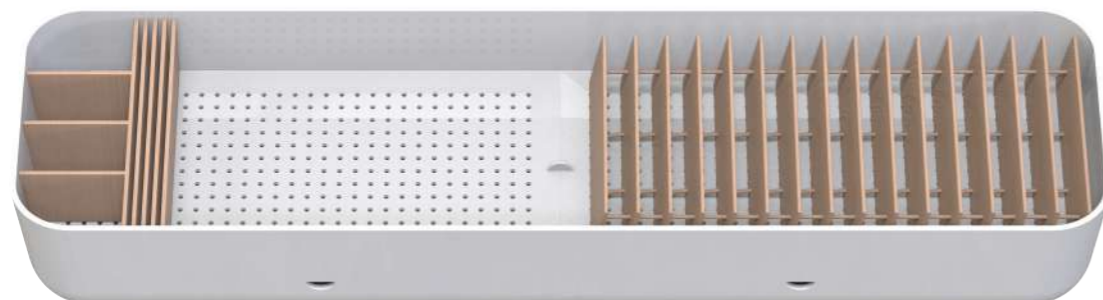
Due griglie di scolo sono sorrette dal bordo interno della Bowl e permettono il fluire dell'acqua verso le vasche.

Inoltre nel perimetro delle griglie è presente una piccola inclinazione per facilitare lo scolo dell'acqua.

Le griglie sono due per facilitare la pulizia date le dimensioni contenute.

4° STEP

Infine inserire i divisori di piatti e stoviglie



CONTENITORE

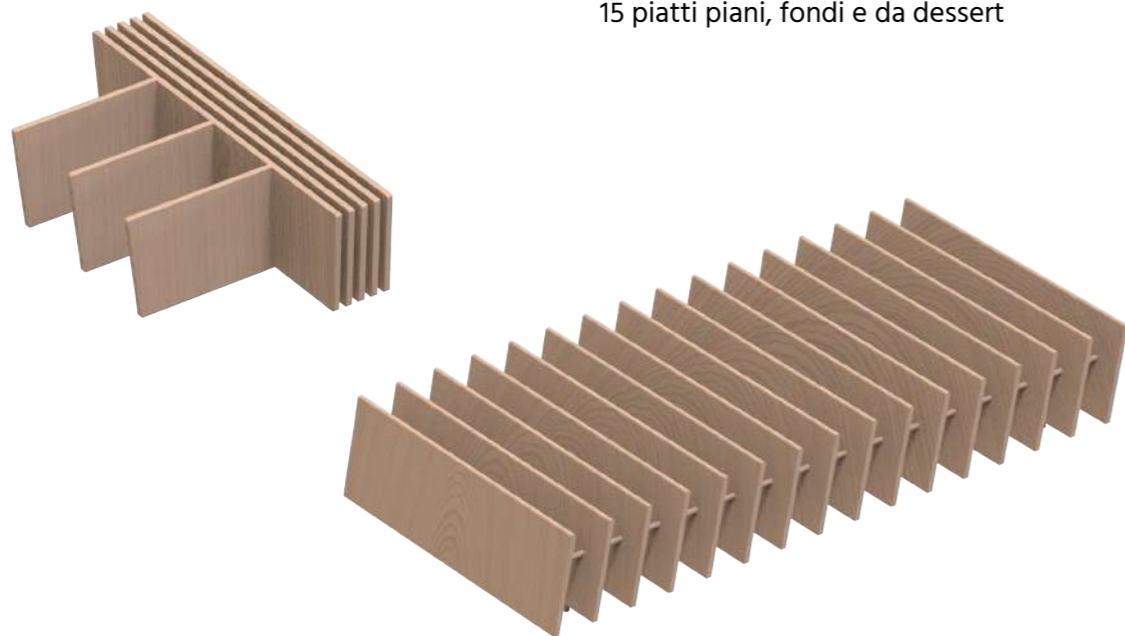
forchette, coltelli, cucchiari grandi e piccoli e coltelli da taglio

DIVISORI STOVIGLIE

I piani inseriti fungono da contenitore per stoviglie, 4 coltelli da taglio, 15 piatti e numerosi bicchieri

CONTENITORE INCLINATO 10°

15 piatti piani, fondi e da dessert



Make it
Wonderful.





BETACRYL® Pure Acrylic Stone è un Solid Surface fabbricato per due terzi circa con idrossido di alluminio e per un terzo con resina acrilica e pigmenti coloranti naturali.

L'idrossido d'alluminio conferisce al prodotto un'ottima resistenza meccanica, mentre la resina acrilica garantisce igiene, idoneità al contatto con alimenti, impermeabilità e stabilità del colore nel tempo. fantasia dei progettisti.

BETACRYL® rispetta gli standard Euroclass B-s1-d0.

ELEVATA TRASFORMABILITA'

Non esistono materiali che abbiano la stessa versatilità e polivalenza di Betacryl®. Infatti, è termoformabile e permette, con estrema semplicità, di ottenere forme curve di grande impatto estetico.

ECOLOGICO

La formula chimica e il legame tra i diversi elementi della materia prima di BETACRYL® sono stati studiati nel totale RISPETTO DELL'AMBIENTE E DELL'ARIA, sia in fase produttiva che di utilizzo. Oltre ad essere composto da un'elevata percentuale di materiale riciclato, BETACRYL® è considerato rifiuto inerte e non necessita di smaltimento speciale. L'essere omogeneo in tutto il suo spessore e non poroso permette a BETACRYL® di poter essere pulito con estrema semplicità. BETACRYL® è "naturalmente" antibatterico: possiede attività antimicrobica e induce una costante riduzione della vitalità dei microbi durante l'utilizzo. BETACRYL® è IGNIFUGO, autoestinguente e non genera gas tossici: queste qualità hanno permesso di ottenere il certificato B-s1-d0 su tutta la gamma di prodotti.

PERCHE' LA PIETRA ACRILICA

Impermeabilità totale del materiale: non assorbe, eventuali macchie possono essere solo superficiali

RIPRISTINABILITÀ: il materiale è riparabile e ripristinabile a vita
 STABILITÀ CROMATICA: il materiale non cambia colore nel tempo

IGIENICITÀ: non è poroso e le giunte sono impercettibili: non è soggetto a smaltimento speciale, viene considerato rifiuto solido urbano

CONTATTO CON ALIMENTI

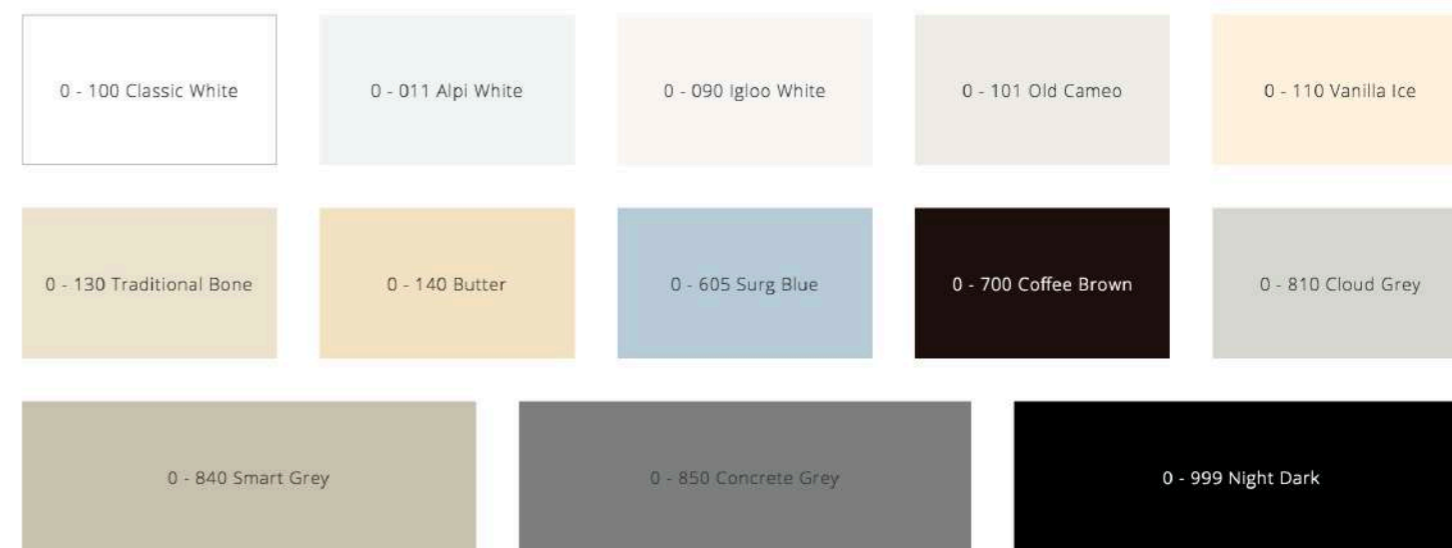
La composizione del materiale e la formula che lega la materia prima in fase di polimerizzazione rendono BETACRYL® "naturalmente" antibatterico e aseptico (senza l'aggiunta di specifici additivi chimici). BETACRYL® è quindi ideale per l'utilizzo nel mondo sanitario e per il contatto con gli alimenti.

DUTTILE

Lavorabile con utensili per il LEGNO. Nonostante BETACRYL® abbia un aspetto molto simile alla pietra, si lavora facilmente con utensili e macchinari convenzionali alla falegnameria. Non sono quindi necessarie operazioni di trasformazione ad umido. Grazie a questa caratteristica, è facilmente 'adattabile' in fase di installazione. Semplici operazioni di levigatura consentono di ottenere differenti finiture superficiali, dall'opaco al lucido.

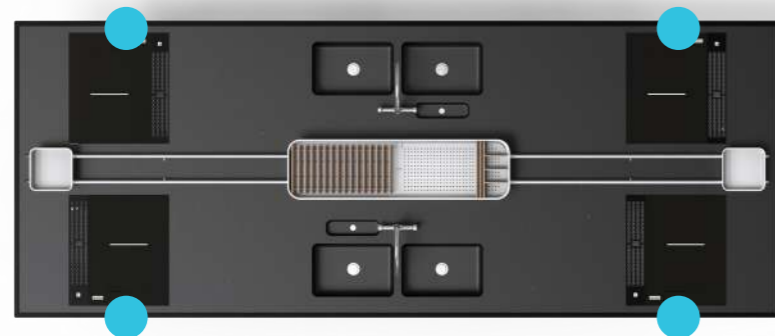
OTTIMI GIUNTI

BETACRYL® si può incollare con giunte impercettibili. Questo processo di saldatura, garantito da apposito collante bi-componente, fa sì che a fine lavoro il risultato sia monolitico e che non si veda alcuna giunzione tra i diversi elementi in BETACRYL® utilizzati.



2 Cassetti

Porta posate



Il cassetto si presenta come un unico stampo con i divisori per le posate già integrati.

A causa della sua forma molto sottile rispetto agli altri sistemi di storage, è stato adottato un altro tipo di linguaggio materico. Il cassetto è totalmente in **BETACRYL** e non è previsto l'uso del Plexiglass per vedere all'interno, questo non risulta indispensabile dato che la forma mentis dell'uomo nello spazio cucina è abituata a riconoscere il primo cassetto piccolo come il contenitore delle posate.

Gli **ANGOLI SONO ARROTONDATI** e più spessi per garantire un maggior sostegno della struttura

Il cassetto è di 65mm per 450mm.
Il materiale utilizzato è il **BETACRYL®**

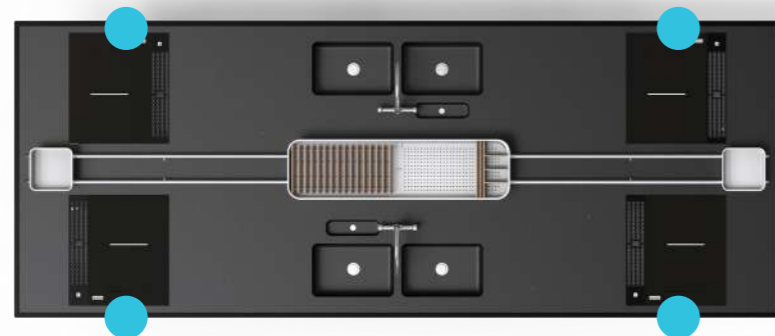
Anche la **MANIGLIA** si presenta diversa, o meglio la forma è la medesima ma non è pensata come un taglio della superficie, bensì come una rientranza che aiuta all'impugnatura.

Il risultato è un **PROGETTO MOLTO PULITO DALLE LINEE MORBIDE** che grazie a questi accorgimenti non presenta interruzioni visive.





Storage piatti e bicchieri



Secondo quanto spiegato nel concept, uno dei punti chiave del progetto è la **FLESSIBILITÀ E LA COMUNICAZIONE** della cucina.


I piani divisori possono essere spostati secondo le esigenze per creare **NUOVI FORMATI ORGANIZZATIVI**. Lo storage invece è **TRASPARENTE** in PMMA per non creare barriere visive e far comprendere agli utenti dove ogni singolo oggetto è posizionato, al fine di evitare perdite di tempo.

Il cassetto è alto 180mm e profondo 450mm. Il materiale **TRASPARENTE È IL PMMA**, meglio conosciuto come Plexiglass. La struttura è in **BETACRYL®** e la saldatura fra i due pezzi avviene tramite incollaggio

Gli **ANGOLI SONO ARROTONDATI** e più spessi per garantire un maggior sostegno della struttura



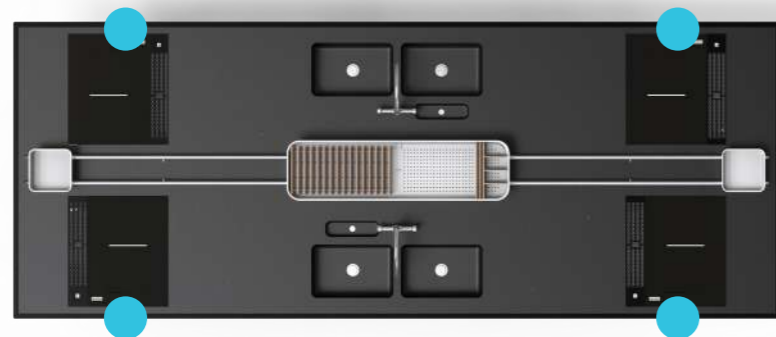
La **MANIGLIA** si presenta come un taglio frontale delle medesime forme morbide dello storage. L'impugnatura e l'usabilità sono immediata, tuttavia dato che il Plexiglass può facilmente essere soggetto a macchine e aloni, la maniglia presenta un **BORDO 30MM IN CUI IL MATERIALE È TEXTURIZZATO**. Questo evita il formarsi di impronte e spiacevoli macchie.



Il **SISTEMA DI GUIDE** è il medesimo per tutti gli storage della cucina.

Le guide sono posizionate al di sotto del cassetto, e non a lato come avviene solitamente, questo fa sì che tutta la struttura sia molto leggera e mantenga una forma morbida senza interruzioni.

Inoltre le guide **SONO INCASSATE NEL FONDO** e coperte ai lati della struttura del cassetto, questo fa sì che **SPARISCONO ALL'INTERNO DELLA STRUTTURA**.



Secondo quanto spiegato nel concept, uno dei punti chiave del progetto è la **FLESSIBILITÀ E LA COMUNICAZIONE** della cucina.

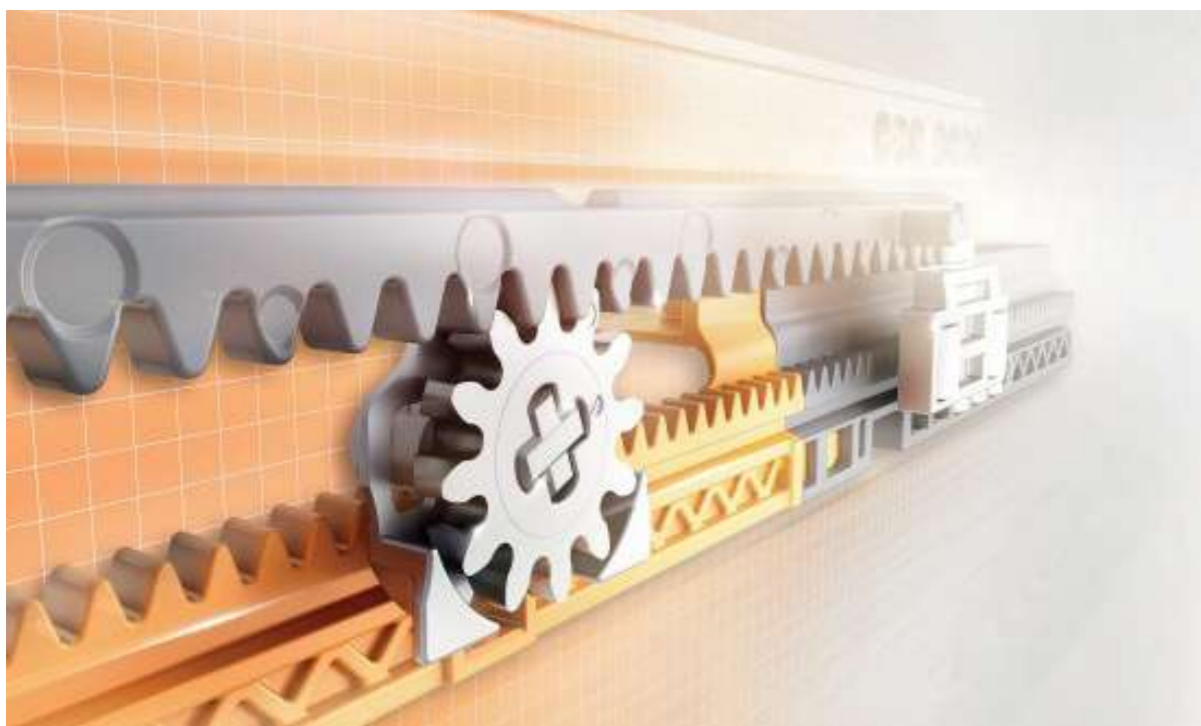
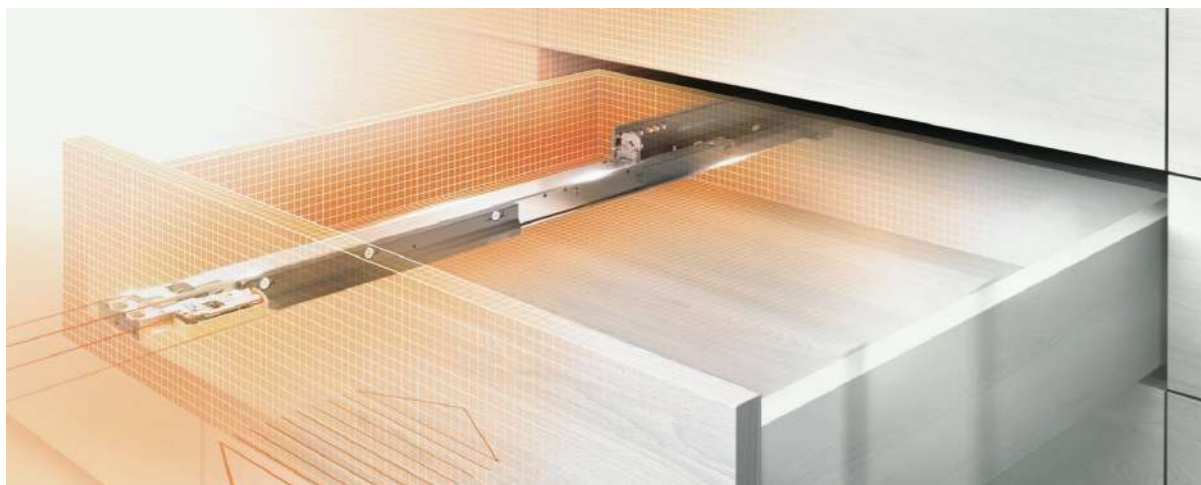
I piani divisorii possono essere spostati secondo le esigenze per creare **NUOVI FORMATI ORGANIZZATIVI**. Lo storage invece è **TRASPARENTE** per far comprendere agli utenti dove ogni singolo oggetto è posizionato, al fine di evitare perdite di tempo

Il cassetto è alto 369mm e profondo 450mm. Il materiale **TRASPARENTE È IL PMMA**, meglio conosciuto come Plexiglass.

La struttura è in **BETACRYL®** e la saldatura fra i due pezzi avviene tramite incollaggio

Gli **ANGOLI SONO ARROTONDATI** e più spessi per garantire un maggior sostegno della struttura





CORSA A LEVITAZIONE SINCRONIZZATA

Le rotelle di scorrimento in plastica ad usura ridotta nel carrello e la sincronizzazione delle guide e dei carrelli di scorrimento garantiscono la corsa a levitazione sincronizzata. In questo modo i cassetti e cassettoni si muovono in modo dolce, regolare e con una scorrevolezza quasi sospesa.

Le guide sono dell'azienda Blum.

Sono progettate per essere posizionate **SOTTO AL CASSETTO** e non a lato, come avviene solitamente.

Con un'altezza di 285mm garantiscono il perfetto funzionamento del cassetto, grazie agli ammortizzatori finale che riducono i rumori e le collisioni tra le stoviglie

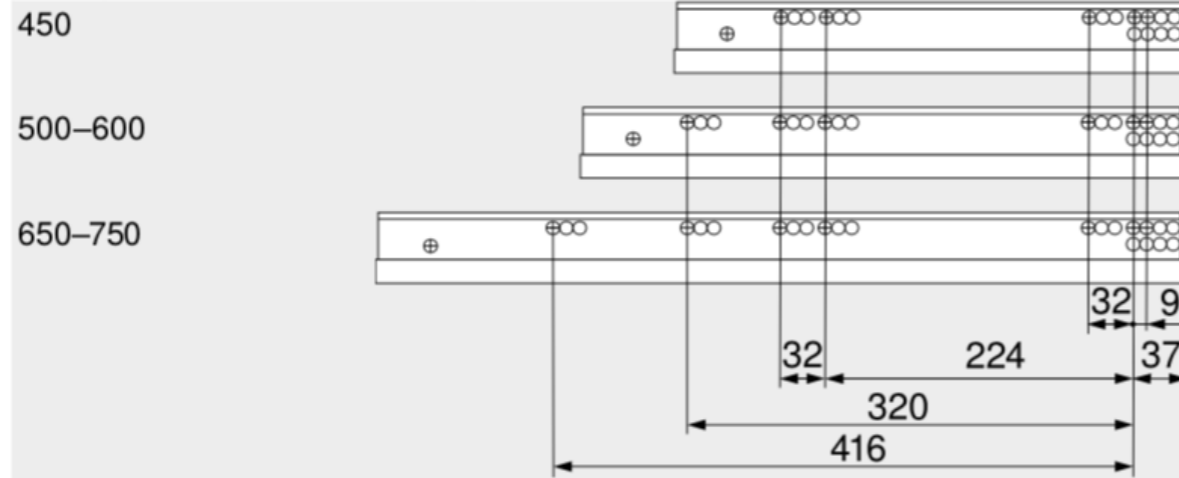
POSSIBILITÀ DI REGOLAZIONE

Il frontale può essere regolato, oltre che in altezza e in inclinazione, anche lateralmente e in profondità. In modo rapido, semplice e senza attrezzi è così possibile realizzare uno schema preciso delle fughe.



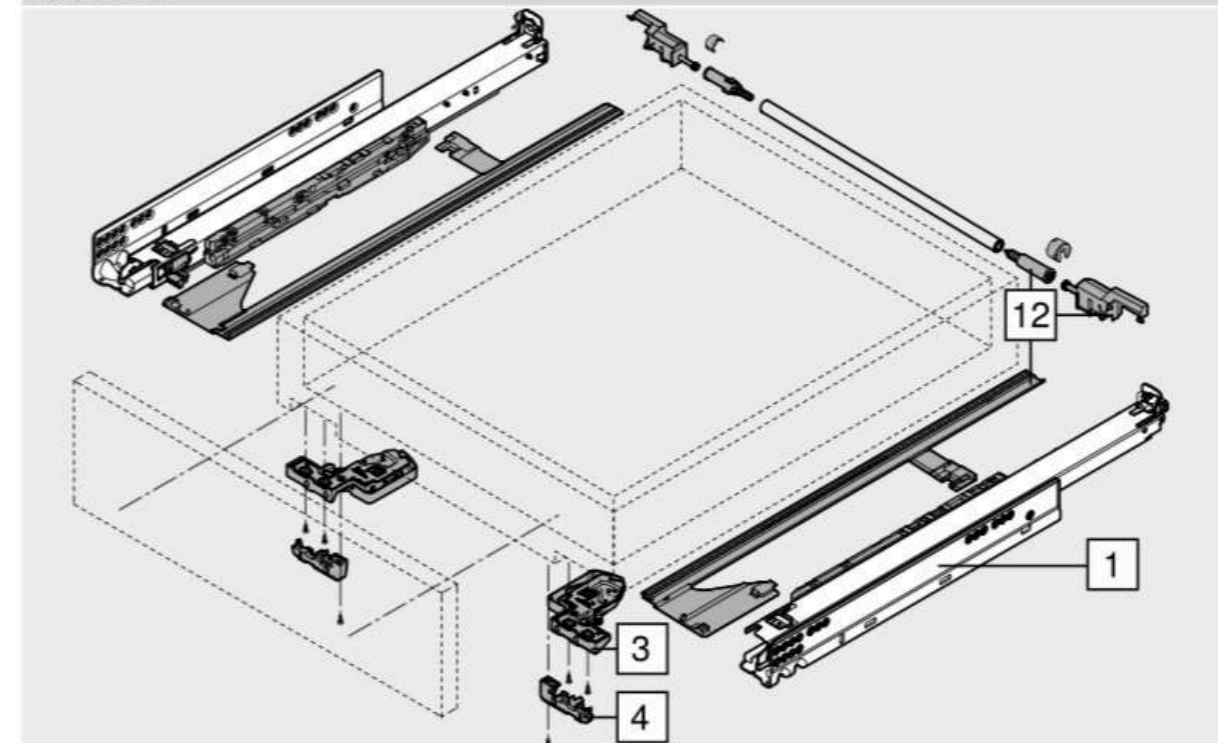
Guida fianco 766H – 60 kg

Lunghezza nominale NL (mm)

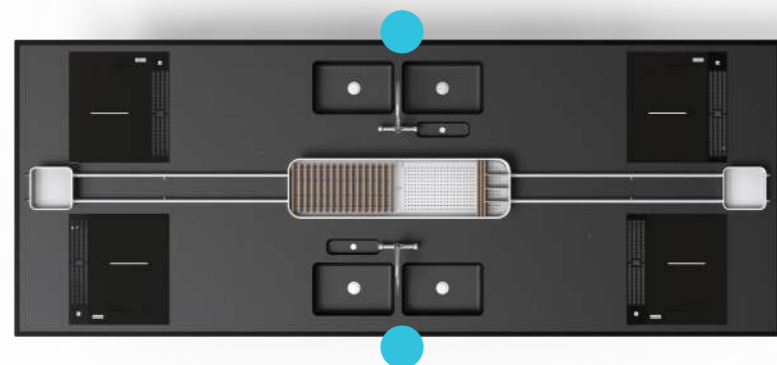


MOVENTO con BLUMOTION – 760H 766H		Webcode DQCZ3Y	
Progettazione			
Ingombro nel corpo mobile	Cassetto cassetto interno	Cassetto	Cassetto interno
<p>* +1 mm con il montaggio della guida fianco sul fianco del corpo mobile non assemblato</p>	<p>SKW Larghezza utile del cassetto LW Larghezza interna corpo Regolazione laterale limitata in caso di 16 mm di spessore delle pareti laterali del cassetto e di contemporaneo sfruttamento totale della tolleranza della larghezza interna utile del cassetto SKW</p>	<p>SKL Lunghezza cassetto NL Lunghezza nominale * In aggiunta +12 mm con stabilizzatore laterale</p>	<p>ISKL Lunghezza cassetto interno SKL Lunghezza cassetto NL Lunghezza nominale X Spessore del frontale * In aggiunta +3 mm con regolazione della profondità</p>

Cassetto



Storage pulizia cucina



Secondo quanto spiegato nel concept, uno dei punti chiave del progetto è la **FLESSIBILITÀ E LA COMUNICAZIONE** della cucina.

Anche qui lo storage è parzialmente **TRASPARENTE** per comunicare agli utenti dove si trovano i detersivi per la pulizia della cucina e delle stoviglie.

Il cassetto è stato posizionato sotto al lavello poiché la forma mentis umana è abituata a cerca i detersivi proprio in questa posizione.

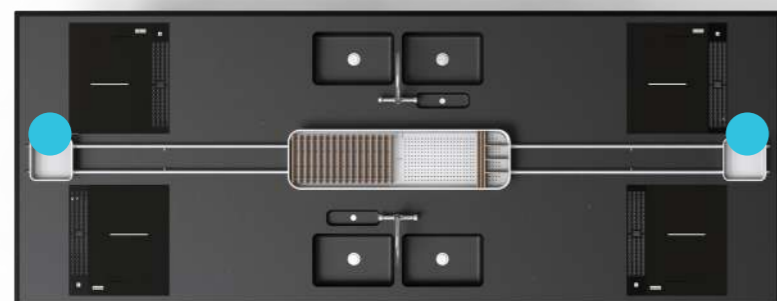
Il cassetto è di 180mm per 400mm. Il materiale **TRASPARENTE È IL PMMA**, meglio conosciuto come Plexiglass.

La struttura è in **BETACRYL®** e la saldatura fra i due pezzi avviene tramite incollaggio

Gli **ANGOLI SONO ARROTONDATI** e più spessi per garantire un maggior sostegno della struttura



Mini bowl



Dall'analisi degli spazi di coworking, è emerso un dato rilevante riguardo alla posizione dei condimenti, questi rispetto ai piani cottura.

Le Minibowl solo **ELEMENTI FISSI** posizionati in entrambi i lati dei binari per garantire ad ogni piano cottura la vicinanza ai **CONDIMENTI**.

Lo storage è alto 90 mm per 200mm. Il materiale è il **BETACRYL®**.




RACCOLTA DIFFERENZIATA

Dall'analisi degli spazi di coworking, è emerso un dato rilevante riguardo alla posizione dei rifiuti organici, spesso troppo lontani dal piano di lavoro della cucina.

Inoltre **IL SACCHETTO DEI RIFIUTI ORGANICI VIENE CAMBIATO OGNI GIORNO**, mentre plastica e carta solo quando il bidone risulta pieno

Di conseguenza è stato progettato un **MINI BIDONE PER LA RACCOLTA DELL'ORGANICO**, poiché un a dimensione più grande sarebbe stata solo una perdita di spazio.

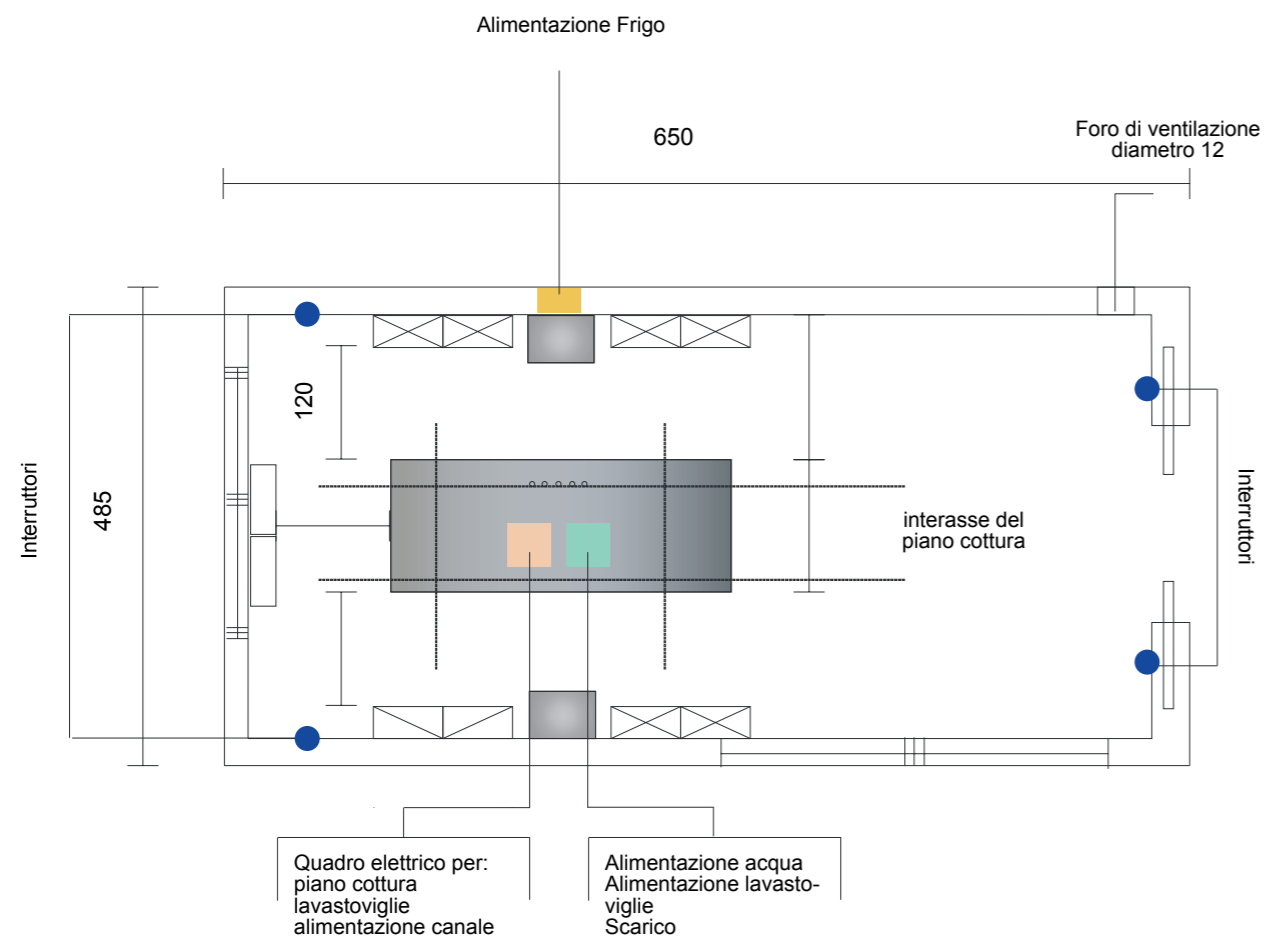
Mentre **PER CARTA E PLASTICA LE DIMENSIONI SI SDOPPIANO**, i colori possono essere **PERSONALIZZABILI** in base allo spazio dove vengono inseriti.



Sul tappo dei rifiuti organici è previsto un **FILTRO A CARBONI ATTIVI**, prodotto dell'azienda Franke, per eliminare la presenza di cattivi odori.



PROGETTO IMPIANTO
IDRAULICO ED ELETTRICO





CMF:
PaperStone® Slate
BETACRYL® Classic White
Legno di Noce
Acciaio scuro
Plexiglass



CMF:
PaperStone® Sand
BETACRYL® Vanilla ice
Laminato Pantone 17-4328 TPX Blue Moon
Acciaio scuro
Plexiglass

7.7 Iungo: Il progetto a cucina lineare

La versione lineare può essere appetibile a quei luoghi in cui per **QUESTIONI DIMENSIONALI** la cucina a isola risulta essere troppo invasiva.

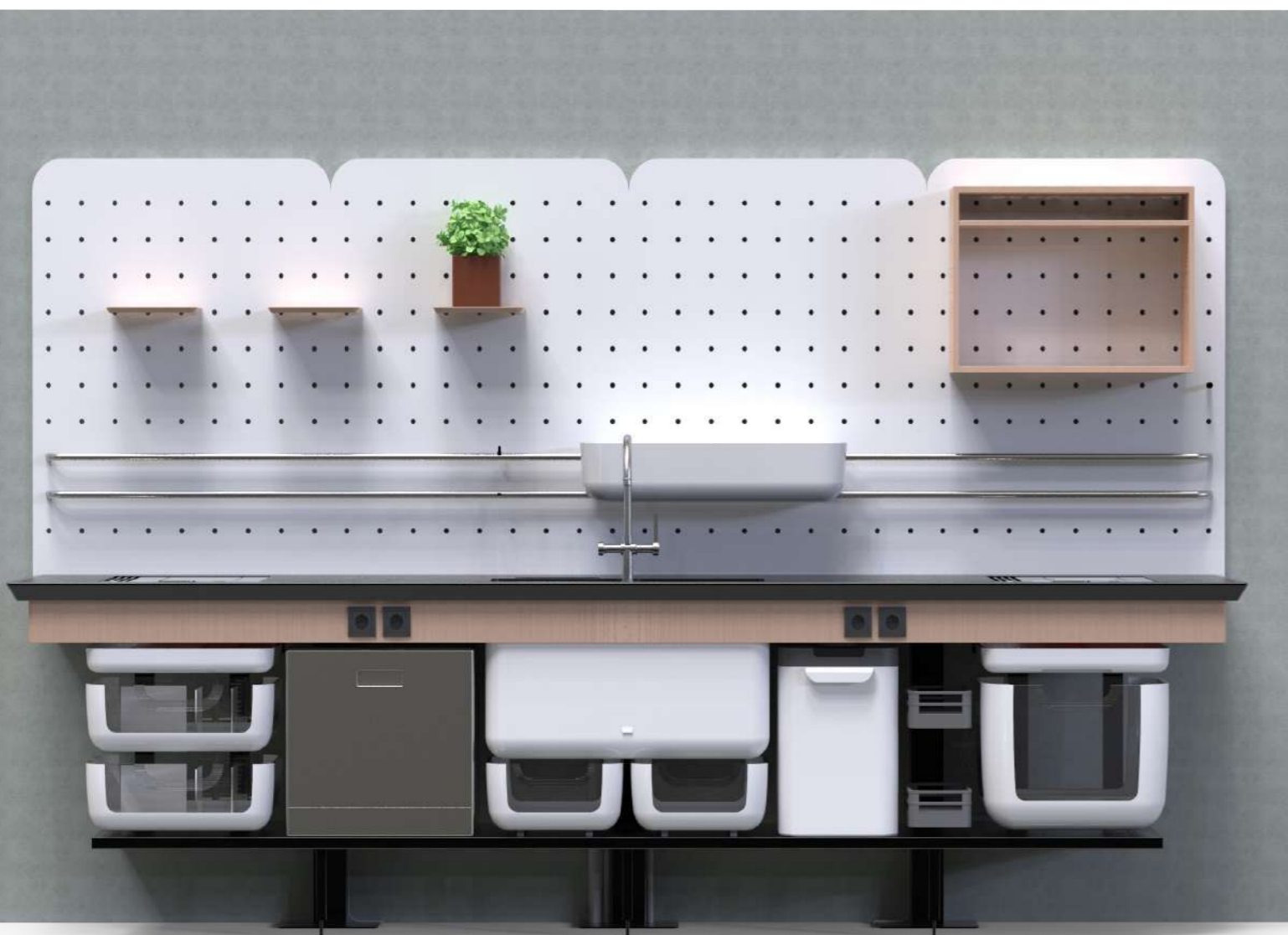
Inoltre con la cucina lineare **NON C'È L'ESIGENZA D'INTERVENIRE SULL'IMPIANTO IDRAULICO ED ELETTRICO**, che già si trova solitamente nei muri perimetrali. Portare l'impianto elettrico ed idraulico al centro della stanza, per allacciare le utenze, comporta una pesa considerevole.

La cucina lineare è l'espressione della **FUNZIONALITÀ** di Iungo.

La sua **STRUTTURA È ESATTAMENTE UGUALE A QUELLA A ISOLA**, ma non duplicata e utilizzata solo per un lato della cucina.

E' sostenuta dalla stessa trave orizzontale da dove si diramano le braccia e dalle tre travi verticali che partono da terra.

Questo comporta una grande **FLESSIBILITÀ DI SCELTA** per il cliente e un **ABBATTIMENTO DEI COSTI PER L'AZIENDA**.





LA BOWL rimane il cuore del progetto.

Scorre nei binari per facilitare la fruizione di **STOVIGLIE, PIATTI E BICCHIERI**.

La configurazione della Bowl è diversa rispetto a quella a isola, poiché i binari non scorrono lungo il top, ma **LUNGO LA PARETE ATTREZZATA**.

Le rotelle e il sistema di ammortizzatori quindi, non sono più nel fondo Bowl, bensì dietro.

Bibliografia

- Fabris Giampaolo, *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Milano, F. Angeli, 2003
- Spechtenhauser Robin Cr Klaus, *The kitchen: life world, usage, perspectives*, Basel, Boston, Berlin, Birkhäuser, 2006
- Crane Robin & Dixon Malcom, *Food preparation spaces*, London, Architecture design and technology press, 1990
- Azienda Valcucine, *Guida al progetto dell'ambiente cucina*, 2007
- Baden-Powell C., *Architect's Pocket Book of Kitchen Design*, 2005
- Koontz & Dagwell, *Residential Kitchen Design: a research based approach*, pag 53, 1994
- VIII Triennale Design Museum, *Cucina & ultracorpi*. Catalogo della mostra ,Milano, Mondadori, 9 aprile 2015-21 febbraio 2016
- Ricas Paola, *La cucina italiana: cinquant'anni di cambiamento del gusto*, in *La casa: evoluzione dal 1950 a oggi*, Piva Antonio & Cao Elena, Roma, Gangemi, 2007
- Articolo ricavato da "Redazione", 17/09/2007
- The Economist, Articolo di Jonathan Beckman, Aprile/Maggio 2018
- Gianquitto M. e Battocchi M., *Coworking e Smart Working, nuove tendenze del mondo lavorativo*, Roma, EPC editore, 2018
- Richard L. Florida, *L'ascesa della classe Creativa, Stile di vita, valori e professioni*. Editore Mondadori, 2003
- Scott R. Turner. *Un modello informatico di narrazione e creatività*, 1994, pag 565-578.
- Von Bergen J., *A Step Up From Working In PJ's*, in Philadelphia. Articolo, 2007
- Williamson K., *Shared offices growing in S.F.*, Peninsula, San Francisco Examiner, 2007
- Reed B., *Co-working: the ultimate in teleworking flexibility*, in *Network World*. 2007
- Jennifer L., *Collective Turf Coworking Set to Open in Urbana*, Archiviato il 7 luglio 2011 in Internet Archive.
- Genevieve DeGuzman and Andrew Tan., *Working in the UnOffice: A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*, 2011
- Merke J., *Coworking in the City. Ephemera: theory & politics in organization*, pag: 121-139, 2015
- Spinuzzi C., *Working Alone Together, Coworking as Emergent Collaborative Activity*, Article, 2012
- Granovetter M., *Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness*. Articolo, 1995
- Creating Collaborative Spaces that Work A Performance-based Approach to Successful Planning*. Knoll 2013
- Petrongolo, Barbara, and Christopher A. Pissaride, "Looking into the Black Box: A Survey of the Matching Function." *Journal of Economic Literature*, pag: 390-431, 2001
- Granovetter M., *La forza dei legami deboli e altri saggi*, Liguori Edizioni, 1998.
- Flexibility.co.uk, *Resource for new ways of working* , *The SmartWorking handbook : How to reduce costs and improve businessperformance through new ways of working*, A practical guid, 2014
- Grieco M., *Keeping it in the Family: Social Networks and Employment Chance*, London: Tavistock Publications, 1987
- Stephen M. R., *Covey The Speed of Trust*, 2006
- Sanchez R., *Strategic flexibility in product competition*, 1995
- Patrick M. Wright and Scott A. Snell, *Toward a Unifying Framework for Exploring Fit and Flexibility in Strategic Human Resource Management*. *The Academy of Management Review*, 1998
- Larry E. Penley and Brian Hawkins, *Studying Interpersonal Communication in Organizations: A Leadership Application*. *Journal article. The Academy of Management Journal*, 1995
- Amy Richman, Arlene Johnson and Karen Noble, *Business Impacts of Flexibility: An Imperative for Expansion*, 2001

Sitografia

Capitolo 1:

<https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2018/Rapportoannuale2018.pdf>

Capitolo 2:

<https://www.digital4.biz/hr/smart-working/smart-working-che-cos-e-a-cosa-serve-e-perche-e-cosi-importante-per-il-business/>

<http://www.lavoro.gov.it/strumenti-e-servizi/smart-working/Pagine/default.aspx>

<https://soldielavoro.soldionline.it/guide/educational-lavoro/smart-working-lavoro-agile>

<https://www.lastampa.it/2017/05/17/italia/lavoro-agile-ecco-come-funziona-VuNUQERZFdn-PW7tYJNTPjN/pagina.html>

<http://www.funzionepubblica.gov.it/lavoro-agile-linee-guida>

<https://www.ilsole24ore.com/art/norme-e-tributi/2017-08-26/-lavoro-agile-ridisegna-limiti-orario-controlli-e-sede-attivita-190201.shtml?uuid=AERxSe6B>

www.normaattiva.it

<https://wow-webmagazine.com/the-estels-showroom-in-shanghai-is-ready-for-smart-working>

Capitolo 3:

<https://www.steelcase.com/>

<https://www.steelcase.com/spaces-inspiration/resilient-workplace/workcafe/>
www.estel.com

https://www.steelcase.com/application_type/workcafe/

Capitolo 4:

<https://thelazytrotter.com/spazi-coworking-a-milano-bar/>

<https://mytech.panorama.it/internet/coworking-cose-come-funziona/>

<https://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2016-02-04/dal-marketing-musica-10-spazi-coworking-milano-220725.shtml?uuid=AC1cF1NC>

<http://www.deskmag.com/en/background-of-the-2018-global-coworking-survey-market-research>

Casi studio

<http://www.yoroom.it/en/>

<https://milan.impacthub.net/>

www.coworkinglab.it

www.coperni.co/it/milano/copernico-centrale

www.qf11.it/

www.deskopolitan.com

www.wework.com

www.the-wing.com

www.dezeen.com/?s=coworking%20&hPP=40&idx=vetg_livesearchable_post-

[s&p=0&fR%5Bpost_type_label%5D%5B0%5D=&is_v=1](#)

<https://www.dezeen.com/2015/11/14/washed-up-seagrass-resin-eco-material-zostera-stool-carolin-pertsch/>

<https://www.dezeen.com/2018/03/19/make-lemonade-mmnt-studio-female-co-working-club-toronto-canada/>

<https://www.dezeen.com/2016/05/19/tom-dixon-research-design-studio-atrium-co-working-space-interior-camden-london-uk/>

Capitolo 5:

<https://icondesign.it/storytelling/ikea-one-shared-house-2030/>

www.franke.com/it/it.html

<https://www.ambientecucinaweb.it/gabriele-centazzo-segnali-di-futuro/>

<https://www.myspohub.com/map#!/places?vertical=58c5994571cb002e9137805d&city=-Milano,%20MI,%20Italia>

<https://www.thehousedesigners.com/articles/efficient-kitchen-work-spaces.asp>

Capitolo 7:

<http://www.pedini.it/hi-pedini-cucina-intelligente/>

www.normaattiva.it

www.uni.com

www.glemprogetti.com

www.snaidero.it

www.ernestomeda.it

www.boffi.com

www.candy.com

www.elica.it

<http://www.valcucine.com/progettazione/illuminazione/>

www.faberspa.com

<https://www.salonemilano.it>

<http://interioresminimalistas.com/2017/05/24/ah16-nueva-cocina-modular-para-exteriores-de-boffi/>

<http://interioresminimalistas.com/2018/01/23/cin-valentine-incorpora-12-nuevos-colores-a-color-revelation-trends-2018/>

Ringraziamenti

Ringrazio tutta la mia famiglia, e in particolare i miei genitori, per avermi sempre sostenuto e appoggiato, dandomi la libertà di fare le scelte che volevo e di studiare ciò che più mi appassionava senza impormi mai nulla. Un ringraziamento particolare va a mia sorella Chiara, per avermi sempre ascoltato e consigliato, come la migliore delle sorelle maggiori.

Ringrazio il mio relatore, il Professor Francesco Zurlo, per aver dato un contributo importante allo sviluppo di questo progetto fin dall'inizio e per avermi guidato in questo percorso.

Ringrazio Monica Milani per avermi dato l'opportunità di lavorare con lei e per avermi accompagnato nel progetto dandomi sempre ottimi consigli!

Ringrazio i compagni di studi che ho incontrato qui a Milano, per le tante fatiche affrontate insieme, per le nottate interminabili prima delle consegne e per le risate che hanno alleggerito questo lungo e impegnativo percorso.

Ringrazio tutti i miei amici più cari, che nonostante le distanze restano un punto di riferimento e infine ringrazio Francesco. Senza di lui tutte queste pagine, e non solo, sarebbero solo un sogno.