



1 dicembre 2020  
**Office Layout**

Ufficio Stampa La Cividina  
0432 1746101  
pr@carterandbennett.com

## Green office design in tre parole:

qualità,  
necessità  
e servizio

Il punto sulla sostenibilità nel settore del design per l'ufficio,  
fra ricerca di una visione olistica, l'adesione ai protocolli  
delle certificazioni di prodotto e filiera, e le evoluzioni di sistema  
legate all'economia circolare

Il sistema modulare di imbottiti **Couchette** di **LaCividina** è realizzato con materie prime sostenibili, riciclabili al 100% e separabili manualmente nel momento di fine vita del prodotto. L'azienda inoltre valorizza le abilità artigiane del proprio territorio eseguendo ogni processo produttivo in un raggio di cinquanta chilometri dalla propria sede



## Il design del futuro e il ruolo di progettisti e committenti

Alla luce di quanto scritto, spostiamo lo sguardo sempre più in là, per capire cosa ci aspetta, quali prospettive si apriranno e come sarà il design del futuro. Se, come sottolinea Alessandro Novelli, il futuro sarà la traduzione dei mutamenti del mondo e si dovrà superare il concetto di 'buon design', Luca Nichetto si rivolge anche al ruolo di progettisti e aziende: "Il design nel medio termine penso debba tornare a essere focalizzato sull'utilizzatore. Per tanti anni, troppi forse, noi designer assieme alle aziende abbiamo fatto lo sbaglio di guardare alle richieste del cliente, che non necessariamente coincidevano con un reale bisogno. Abbiamo privilegiato quello che ipoteticamente i negozi o gli agenti o i distributori ci riportavano. Ma queste informazioni si riferivano a quello che è già successo, mentre quando si fa un progetto bisogna proiettarlo nel futuro. Purtroppo, l'intera nostra industria si è mossa più verso il B2B anziché B2C, come invece avrebbe dovuto essere.

Facendo anche un mea culpa, penso che prima di tutto dovremmo essere più focalizzati su quello che veramente può essere importante per l'utilizzatore, cercare di educarlo nel capire perché bisogna utilizzare un tipo di prodotto anziché un altro e fare quindi un lavoro di educazione. Non penso che il designer si possa più permettere di pensare solo al prodotto fine a se stesso, ma deve avere una visione olistica e diventare un art director di se stesso, lavorando contemporaneamente su due asset: l'asset creativo e di conoscenza su come fare un prodotto, ma anche quello di consulenza verso l'azienda committente, per spingerla e aiutarla ad avere visioni diverse. Penso che nel futuro ci saranno meno prodotti, si tornerà ad avere un focus più forte, ci saranno meno 'situazioni Instagram' e più reali, ci sarà meno l'idea dello show. Dovremo essere più coraggiosi e radicali su quanto proporremo".

Il duo di Formafantasma immagina il design del futuro: "Molto meno focalizzato sull'autore, molto più aperto ed espansivo, dove la fase di ricerca e quella progettuale sono sempre più legate. Ci auguriamo che il designer diventi sempre di più un consulente che progetti oltre il prodotto singolo e in sinergia con la committenza, includendo a livello progettuale l'analisi della filiera produttiva, distributiva e di riciclo". ■