

OpenAirCulture

New outdoor perspectives

21.06

23.09

20.03

De-signs of the time

L'architettura
del diventare

*The architecture
of becoming*

22.12



Esattamente come avviene per la progettazione di design, l'innovazione è un processo dinamico, mai lineare. Lungo ogni percorso evolutivo, fermarsi a guardare indietro rappresenta un momento cruciale: uno spazio nel tempo, in cui ragionare sulle consapevolezze acquisite, sulla strada fatta e quella ancora da intraprendere per continuare a *"diventare"*.

È in questo passaggio che abbiamo compreso la direzione che volevamo prendere per Pratic. Nell'anno appena trascorso, la nostra sede è stata completata dall'inaugurazione di un terzo avveniristico stabilimento, grazie al quale è possibile ottimizzare la produttività e portare la nostra idea dell'outdoor verso nuovi mercati internazionali.

Con lo stesso obiettivo, a giugno 2023, Pratic ha fatto il suo ingresso nel gruppo industriale europeo StellaGroup, dando inizio a una nuova era di crescita: all'insegna di importanti sinergie e sempre rimanendo fedeli all'anima del brand e al più autentico Made in Italy.

In questi mesi di grandi cambiamenti, ci siamo spesso fermati a osservare come il passare del tempo, per Pratic, sia da sempre sinonimo di sviluppo e tradizione, insieme. Da qui, la scelta di lasciare che a condurre questa quarta edizione di Pratic Mag fosse il tema del *"tempo"*, la quarta dimensione di ogni progetto architettonico e di design; l'unica in grado di sancirne un successo completo. Lungo le pagine che seguono saremo ancora una volta accompagnati dalle voci di professionisti, aziende e ricercatori, in un'interpretazione valorizzante e mai statica dello spazio *in&outdoor*.

Edi Orioli
Amministratore Delegato, Pratic



As it happens when creating signature designs, innovation unfolds as a dynamic, non-linear process. In any evolutionary journey, looking back represents a pivotal moment – a temporal space for contemplating the insights gained, the road travelled, and the one yet to unfold in the continuous process of "becoming".

In that instant, we understood in which direction to take Pratic. Over the past year, our headquarters celebrated the inauguration of a cutting-edge third facility. This milestone allows us to optimize our productivity and bring our vision of outdoor living into international markets.

With the same goal, in June 2023, Pratic's joined the European industrial group StellaGroup, making a new step towards growth and creating important synergies while remaining steadfastly loyal to the essence of our brand and the genuine spirit of Made in Italy.

In these months of significant change, we have frequently paused to observe how time, for Pratic, consistently intertwines with both development and tradition. Thus, we decided to have the theme of "time" lead this fourth edition of our Pratic Mag – a fourth dimension present in every architectural and design project, the sole one that can ensure its complete success. In the upcoming pages, you will find the perspectives of professionals, companies, and researchers, fostering a dynamic and never-static interpretation of the indoor and outdoor living space.

Edi Orioli
CEO, Pratic



Cortometraggio
"Diventare"



Short film
"Diventare"

Pratic Mag #04

OpenAirCulture



4

Technology Made in Italy 4.0

Il ritmo industriale
dell'innovazione artigiana
*The industrial rhythm
of artisan innovation*

10



INTERVIEW

**È la ricerca ad alimentare
la vitalità dell'azienda**
*It is research that fuels
the vitality of the company*

Patrizia Moroso



18

Urban Planning Old... the new way

In città, la storia diventa avanguardia
In the city, history becomes the future



28

Workplace Off the clock

Il work-life balance è una questione di spazi
Work-life balance is a matter of spaces

34



INTERVIEW

**Per un'azienda, (anche) il tempo
è una questione di scelte**
*For a company, (even) time
is all about choices*

Frank Schädlich



38 Ho.Re.Ca. Travelling out of time

Quando l'hotellerie diventa esperienza
When hotellerie becomes experience



INTERVIEW

**Vincoli e opportunità nella
progettazione dell'ospitalità open air**
*Constraints and opportunities
in open-air hospitality design*

Gianmario Gallina



50 Trends Simply iconic

Leggende di un design senza tempo
Timeless design legends



INTERVIEW

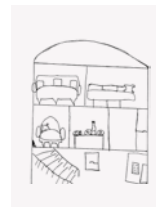
**Per durare, il design
deve sfuggire alle mode**
*For a lasting impact, design
must transcend trends*

Constance Guisset



64 Materials Aluminum allure

La tutela ambientale comincia
da un'edilizia rinnovabile
*Environmental protection starts from
a renewable construction industry*



74 Extra Design Drawing the future

Il design di domani, dalla penna dei bambini
Tomorrow's designs, from the pen of children

INTERVIEW

Tempo, spazio, azione.
La realtà infantile in tre dimensioni
Time, space, action:
Children's reality in three dimensions

Officina Educativa – Comune di Reggio Emilia

Technology Made in Italy 4.0

Il ritmo industriale dell'innovazione artigiana

Qual è lo stato di salute del Made in Italy, ed è ancora possibile preservarne il valore in un'epoca di automazione e digitalizzazione dei processi produttivi? Davanti a prospettive di sviluppo incoraggianti, l'ago della bilancia è rappresentato dall'armonia tra tecnologia e progettazione, dove la componente umana si conferma ancora indispensabile.

The industrial rhythm of artisan innovation

How is the Made in Italy brand faring, and can its value still be preserved in an age dominated by automation and the digitalization of the production processes? With promising development prospects on the horizon, the balance lies in the synergy between technology and design, where the human element remains undeniably crucial.







Sul ruolo economico del Made in Italy non ci sono dubbi: secondo i dati dell'Annuario statistico "Commercio estero e attività internazionali delle imprese" pubblicato da ISTAT e ICE, nel 2022 l'esportazione dei prodotti realizzati in Italia è cresciuta del 20% rispetto all'anno precedente. Un valore che tradotto in termini monetari si aggira intorno ai 600 miliardi di euro, quasi un terzo del PIL nazionale.

Parlando di design, poi, la fotografia sullo stato di salute del "fatto in Italia" diventa ancora più chiara. Sul fatturato di 56,5 miliardi di euro, ricavati dall'intera filiera legno-arredo nel 2022, quasi la metà (21 miliardi di euro) proviene dall'export, secondo quanto riportato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Il trend? Si conferma in costante crescita con un +13,3% rispetto all'anno precedente.

Nessuna sorpresa invece sui fattori che determinano il successo dei prodotti italiani, il binomio vincente è sempre il medesimo: bello e ben fatto.

E se una volta l'idea di "ben fatto" andava di pari passo con il "fatto a mano" da artigiani esperti e con un sapere tradizionale trasferito per generazioni, oggi questo aspetto si interseca necessariamente con le nuove richieste del settore che – al di là delle esigenze legate ai volumi produttivi – punta i riflettori sull'innovazione tecnologica e non solo.

There is no uncertainty regarding the economic significance of Made in Italy. As per the data in the statistical yearbook "Foreign Trade and International Activities of Companies" published by ISTAT and ICE, the export of Italian-made products surged by 20% in 2022 compared to the previous year. This increase translates into a monetary value of around 600 billion euros, constituting almost a third of the national GDP.

The "Made in Italy" health status becomes even more evident when talking about design. Out of the overall turnover of 56.5 billion euros generated by the entire wood-furniture sector in 2022, nearly half (21 billion euros) stems from exports, as the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation reported. And the trend? It is consistently growing with a noteworthy increase of +13.3% compared to the previous year.

There are no surprises regarding the factors leading to the success of Italian products; the winning combination remains beautiful and well-made.

While the notion of "well-made" once meant "hand-made" by skilled artisans full of traditional knowledge passed down through the generations, today, this aspect intersects with the industry's ever-evolving demands. Beyond considerations related to production volumes, the spotlight is firmly on technological innovation and more.

Gli investimenti dedicati all'automazione rappresentano infatti uno dei fattori determinanti per la competitività delle aziende italiane all'estero. In totale opposizione rispetto all'immaginario di standardizzazione del prodotto, storicamente legato all'industria, quella 4.0 permette oggi di portare sul mercato realizzazioni sempre più efficaci e personalizzate nel dettaglio, dando nuovo valore all'elemento qualitativo. Riduzione dell'errore, flessibilità nella produzione, tempi di realizzazione ridotti e maggiore efficienza produttiva sono solo alcuni dei vantaggi offerti dai processi di automazione e digitalizzazione.

Tra i principali vantaggi quello della sostenibilità, che porta con sé argomenti come efficientamento energetico, riduzione degli scarti e utilizzo di prodotti rinnovabili, oggi tra le richieste numero uno per gli acquirenti del design.



E anche in questo caso, il Made in Italy non perde l'occasione di confermare la propria eccellenza: l'industria italiana del legno-arredo è infatti al primo posto in Europa per economia circolare (dal decimo rapporto GreenItaly, realizzato da Fondazione Symbola in collaborazione con FederlegnoArredo).

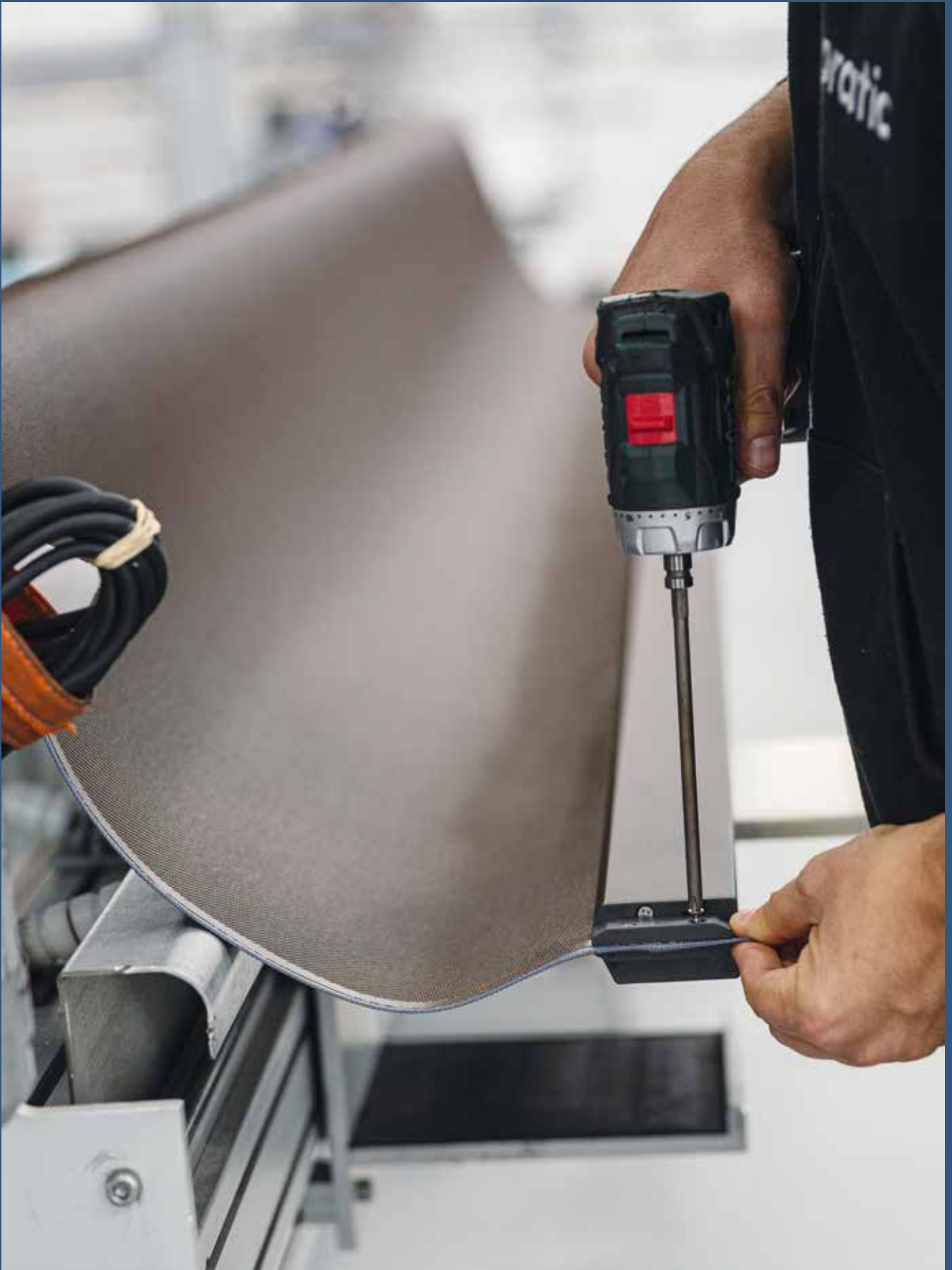
Ma l'innovazione non è solo tecnologica, il design italiano si alimenta infatti grazie alla costante innovazione progettuale – e concettuale – che firma l'estetica, e quindi il “bello”, delle realizzazioni di design, come anche la loro capacità di rispondere alle nuove esigenze dell'arredo, ai mutamenti sociali e ai valori emergenti. È in questo contesto che il ritmo dell'industria 4.0 trova lo spazio per rallentare e integrare i processi, naturalmente dilatati, facenti capo alla componente umana. Il pensiero, dopotutto, rappresenta ancora il fulcro imprescindibile di un progetto di successo sia in fase di ideazione, come anche in quella di sviluppo. Qui la cultura artigianale e le lavorazioni a mano, eseguite per ottenere dettagli di precisione, si intersecano con le potenzialità della tecnologia creando un connubio vincente che permette al Made in Italy di evolvere e conservare senza dispersioni il proprio valore. ●

Dedicated investments in automation emerge as a pivotal factor contributing to the competitiveness of Italian companies abroad. In stark contrast to the historical imagery of product standardization associated with the concept of industrial production, Industry 4.0 now brings to the market creations that are not only increasingly efficient but also customized in detail, thereby injecting fresh value into quality. The advantages of automation and digitalization processes encompass a range of benefits, including error reduction, enhanced production flexibility, shortened implementation times, and increased production efficiency.

Sustainability stands out as a critical advantage, encompassing energy efficiency, waste reduction, and the use of renewable products – now ranking among the top priorities for signature product buyers.

In this scenario, Made in Italy seizes the opportunity to reaffirm its excellence. The Italian wood-furniture industry takes the lead in Europe for circular economy practices (as per the tenth GreenItaly report prepared by Fondazione Symbola in collaboration with FederlegnoArredo).

However, innovation goes beyond the technological aspect. Italian design thrives on constant design and conceptual innovation, shaping the aesthetics and, consequently, the “beauty” of signature design creations encompassing their ability to address the latest furnishing needs, adapting to social changes and emerging values. Within this context, the pace of Industry 4.0 finds room to both decelerate and integrate processes, naturally extending those linked to the human element. After all, critical thinking remains the indispensable core of a successful project, both at the time of conception and development. Here, craftsmanship and handiwork – applied to create accurate details – intertwine with the potential of technology, creating a winning combination that allows Made in Italy to evolve and preserve its full value. ●



Risale agli anni Ottanta l'ingresso in azienda di Patrizia Moroso, che in pochi anni trasforma la realtà imprenditoriale di famiglia in un brand leader del design internazionale. Dotata di spiccato spirito creativo ed innovativo, Patrizia Moroso ha nel suo DNA una curiosità insaziabile per tutte le forme artistiche. Un approccio che riserva alle collaborazioni con artisti contemporanei e con i designer, questi ultimi sempre liberi di riscoprire le arti applicate e di sperimentare tutti i possibili materiali, in una commistione perfetta di tecnologia e artigianalità.

In the 1980s, Patrizia Moroso joined the company. In just a few years, she steered the family business to become a leading brand in international design. Gifted with a creative and innovative spirit, Patrizia Moroso has an innate and insatiable curiosity for all art forms. Collaborations with contemporary artists and designers mark her approach; the latter are always free to rediscover applied arts and experiment with the most diverse materials, resulting in a harmonious fusion of technology and craftsmanship.

INTERVIEW

È la ricerca ad alimentare la vitalità dell'azienda

It is research that fuels the vitality of the company

Intervista a Patrizia Moroso,
Art Director Moroso S.p.A.

*An interview with Patrizia Moroso,
Art Director at Moroso S.p.A.*

Artigianalità nell'approcciare la realizzazione dei prodotti e un forte impulso creativo nella fase progettuale. Dal 1952 sono queste le radici che costituiscono la visione del design secondo Moroso, azienda friulana che in oltre settant'anni di storia dell'imbottito ha saputo distinguersi per qualità, innovazione e creatività, diventando un simbolo internazionale dell'*haute couture* e del "fatto in Italia".

A fianco dei più celebri autori dell'arredo a livello mondiale, la Signora del design: l'art director Patrizia Moroso, espressione della seconda generazione della famiglia fondatrice e di un approccio al Made in Italy in continuo divenire.

Craftsmanship in approaching product implementation and a solid creative drive in the design phase: since 1952, these have been the guiding principles forming Moroso's design philosophy. With over seventy years of history, the Friuli-based company has set itself apart in the upholstered furniture industry for its commitment to quality, innovation, and creativity, ultimately becoming an international symbol of haute couture and Italian excellence.

Standing alongside the world's most renowned furniture designers is the Queen of Design herself: Patrizia Moroso, the Art Director and a representative of the second generation of the founding family, embodying an approach to an ever-evolving Made in Italy.

Moroso è una delle aziende che ha scritto, e continua a scrivere, la storia del design italiano. Cosa è cambiato in questi anni e cosa invece è rimasto immutato, rispetto al vostro approccio alla progettazione e alla realizzazione dei prodotti?

«Siamo un'azienda orientata alla sperimentazione e il nostro obiettivo è offrire prodotti coerenti in termini di linguaggio estetico e qualità realizzativa. La ricerca per Moroso è la vitalità dell'azienda intesa come organismo a base umana, un campo gravitazionale che attrae passioni, sogni, idee, visioni. Non è una semplice azione verso l'innovazione; rappresenta il terreno su cui cresce e la necessità di vivere il "cambiamento" come condizione data e necessaria. Nella mia prospettiva la ricerca è sempre stata un'attrazione fatale al nuovo, una forza che travolge il consueto e lo scavalca continuamente. Non è curiosità ma un bisogno istintivo di emozionarsi davanti alle infinite espressioni della vita. È perdersi nella rete di infinite connessioni che uniscono l'uomo, la natura e l'universo. Rispetto al passato gli aspetti nuovi sono da ricercare nell'evoluzione della tecnologia e dei mezzi digitali, come l'innovazione tecnica delle macchine o l'evoluzione digitale dell'intelligenza artificiale».



Come si inserisce il ruolo artigianale e delle lavorazioni manuali nel contesto di un'industria sempre più protesa verso modelli 4.0?

«La caratteristica che contraddistingue Moroso è quella di intrecciare saperi artigianali con processi produttivi industriali in linea con una visione creativa ed estetica dello spazio abitativo contemporaneo. Questo ci consente di continuare a innovare, trasformando idee e ispirazioni sperimentali in prodotti per il mercato residenziale e dell'ospitalità di alta gamma, mantenendo una produzione flessibile e monitorando attentamente gli standard di qualità e sostenibilità. Ogni persona coinvolta nella produzione qui in Moroso è un eccellente artigiano. Ognuno lavora su un prodotto, dall'inizio alla fine, e ne sono tutti

Moroso is one of the companies that has contributed to and continues to shape the history of Italian design. What has changed over the years, and what has not, in your approach to the design and creation of products?

«We are a company committed to experimentation, aiming to deliver products with a consistent aesthetic language and manufacturing quality. For Moroso, research is the company's life force, conceived as a human-based endeavor – a gravitational field attracting passion, dreams, ideas, and visions. It is not merely a pursuit of innovation; it serves as the ground for growth and the need to embrace "change" as a necessary and sufficient condition. In my opinion, research has always embodied an irresistible attraction to the new. This compelling force constantly transcends the ordinary. It is not curiosity; it is an instinctive need to feel excited by the infinite expressions of life. It is a journey into the intricate web of connections uniting humanity, nature, and the universe. Compared to the past, new elements must be found in the evolution of technology and digital tools, such as the technical innovation of machinery or the digital evolution of artificial intelligence».

How does the role of artisan creations and manual craftsmanship fit into the context of an industry increasingly geared towards the 4.0 models?

«Moroso's distinctive feature lies in its ability to seamlessly weave artisan expertise into industrial production processes, led by a creative and aesthetic vision for contemporary living spaces. This approach enables us to persistently innovate, turning experimental ideas and inspirations into products tailored for the upscale residential and hospitality markets while maintaining a flexible production system and monitoring quality and sustainability standards. Each individual involved in production at Moroso is a skilled craftsman. Each of them focuses on a product from its inception to completion. This makes them very proud because their ability to masterfully address even the most difficult challenges defines them. Simultaneously, we are very open and receptive to changes in production techniques and technology».





molto orgogliosi perché la vera caratteristica è riuscire a risolvere sfide anche difficili con una maestria perfetta. Allo stesso tempo, siamo profondamente aperti e permeabili ad accogliere i cambiamenti, sia in senso produttivo che tecnologico».

Moroso racconta il design attraverso collaborazioni internazionali, fortemente caratterizzanti nella forma e nei concetti: come si esprime (e si accorda con essi) lo stile italiano?

«Ci tengo a precisare che l'Italia è un grande paese di produzione, l'arredo italiano è unico al mondo e inconfondibile come qualità di prodotto. Detto ciò, è evidente che il pensiero riguardo al design e a ciò che sta dietro alla progettualità è molto più globale ed internazionale per forza di cose. I designer vengono da tutto il mondo e per me, che ho sempre considerato la diversità un valore, il loro paese di provenienza è importante per arricchire il progetto di contenuti e di cultura. Il design italiano resta importante, specialmente come sistema di produzione industriale e manifatturiera. Non c'è paese al mondo che abbia una quantità e diversità di aziende come in Italia. Ma, se vogliamo che il design italiano diventi sempre più interessante, lo sguardo deve essere il più internazionale possibile». ●

Moroso tells the story of design through international collaborations strongly characterized by shape and concepts. How does Italian style express itself (and harmonizes) within this?

«I would like to highlight that Italy stands out as a major manufacturing hub and Italian furnishing solutions are unique and unmistakable in terms of product quality. This said, it is clear that the perspective on design and the underlying principles of design are inherently more global and international. Designers hail from every corner of the world, and, as someone who has always valued diversity, I find their country of origin crucial for infusing the project with rich content and cultural aspects. Italian design remains significant, particularly within the industrial and manufacturing production systems. No other country boasts the quantity and diversity of companies seen in Italy. Yet, to elevate Italian design to even greater levels of interest, we must adopt the most international viewpoint possible». ●

Moroso ha creato negli anni una serie di prodotti iconici, dall'impronta unitaria pur salvaguardando latitudini e localismi diversi. Un orizzonte internazionale che ha permesso all'azienda di entrare nei luoghi più belli del mondo fra cui: il MoMA di New York, il Palais de Tokyo e il Grand Palais a Parigi, La Biennale di Venezia e il Victoria & Albert Museum di Londra.

Moroso has created a collection of iconic products throughout the years, maintaining a unified imprint while respecting diverse influences from various regions. This international approach allowed the company to secure a place in some of the world's most prestigious venues, including the Museum of Modern Art (MoMA) in New York City, the Palais de Tokyo in Japan and the Grand Palais in Paris, the Biennale di Venezia, and the Victoria & Albert Museum in London.



Caccia ai giovani artigiani... digitali

Tramandare le lavorazioni manuali che da sempre contraddistinguono la qualità italiana di mobili, tappezzeri, restauratori, fabbri e non solo, e integrarla con le competenze legate alle nuove tecnologie produttive, caratterizzate da processi automatizzati e digitali. È questa la sfida dei nuovi artigiani del design Made in Italy: figure professionali altamente richieste nel comparto del legno-arredo, ma altrettanto difficili da trovare, tanto che da un'indagine previsionale svolta da Unioncamere emerge come entro il 2026 saranno oltre 46mila i profili specializzati mancanti.

Un dato che coinvolge anche l'alta moda, settore gemello che nella manualità vede risiedere una parte centrale del proprio valore. Nonostante si tratti di due dei comparti più floridi a livello nazionale, i giovani sembrano allontanarsi, attratti da carriere *office-based* e sempre meno inclini a intraprendere percorsi di studio professionalizzanti. In prima linea a fronteggiare la situazione sono le stesse aziende, con progetti di affiancamento scuola-lavoro, creazione di centri di formazione professionale e progetti di sponsorizzazione di istituti e fondazioni, per cercare di avvicinare i giovani a professioni che uniscono manualità, progettazione e autentica creatività, salvaguardando così la conoscenza dei maestri artigiani e l'unicità del Made in Italy.



In search of young and digital artisans

The challenge lies in preserving the manual techniques that have always embodied the Italian quality of furniture makers, upholsterers, restorers, blacksmiths, and others and integrating them with new production technology skills characterized by automated and digital processes. This is indeed the challenge for the emerging artisans of Made in Italy design – professionals highly sought after in the wood-furniture sector but equally difficult to find. According to an anticipatory survey carried out by Unioncamere, it is projected that by 2026, there will be over 46,000 missing specialized profiles.

This trend also impacts the high fashion industry. In this parallel sector, manual skills constitute a central aspect of its value. Despite being two of the most flourishing sectors nationally, young people seem to be distancing themselves, gravitating toward office-based careers and displaying less inclination to pursue professional study paths. At the forefront of addressing this situation are the companies themselves, engaging in school-work collaboration projects, establishing professional training centers, and initiating sponsorship programs for institutions and foundations to draw young individuals closer to professions that combine manual skills, design, and genuine creativity, thereby safeguarding the knowledge of master craftsmen and the uniqueness of Made in Italy.

Ingegno umano vs intelligenza artificiale

Si chiamano Intelligenze Artificiali Creative e sono quelle tecnologie appositamente progettate per simulare il pensiero più complesso dell'essere umano, quello – appunto – generativo.

In tema di design, infatti, l'AI sfida ora le capacità progettuali, grazie a software *text-to-image* che da un brief testuale permettono di ottenere bozzetti più o meno fattibili di una realizzazione complessa, come l'architettura di un edificio. Non si tratta ancora di disegni tecnici precisi e pronti da utilizzare, bensì

di semplici suggestioni come quelle offerte dalle AI quali *DALL-E 2*, *Midjourney* e *Stable Diffusion*, utilizzate da studi del calibro di Zaha Hadid Architects. Tuttavia, la velocità di apprendimento dell'intelligenza artificiale fa presupporre nuovi possibili scenari. In attesa di questa frontiera, il dibattito sulla creatività è già aperto e attuale. Saremo capaci di far convivere intelligenza umana e artificiale in modo efficace, oppure l'estro creativo è destinato a essere eclissato dalla tecnologia?

Human ingenuity vs artificial intelligence

It is known as Creative Artificial Intelligence, specifically designed technology to simulate the most complex human task: generative thinking, to be precise.

In the field of design, AI is currently challenging design capabilities through "text-to-image" software. This software transforms brief text into more or less feasible sketches of a complex creation, such as the architecture of a building. These are not accurate technical drawings ready for use but rather simple suggestions, as provided by AI software such as DALL-E 2, Midjourney,

and Stable Diffusion, which renowned firms like Zaha Hadid Architects use. However, the rapid learning pace of artificial intelligence suggests new potential scenarios. While waiting for them, the debate on creativity is already open and current. Will we be able to make human and artificial intelligence effectively coexist, or is creative genius destined to be overshadowed by technology?



Nell'innovazione Pratic, una finestra sulla tradizione

Design, sostenibilità e innovazione sono le parole che meglio descrivono la sede produttiva di Pratic. Un modello di architettura industriale, all'interno del quale il passo verso l'industria 4.0 si è concretizzato con importanti investimenti nell'innovazione tecnologica, come dimostra il terzo stabilimento – inaugurato a luglio 2023 –, all'interno del quale trova spazio un magazzino automatizzato per lo stoccaggio e la gestione intelligente delle materie prime. Qui, una tecnologia su misura permette di contenere 4600 referenze, pianificare la chiamata dei materiali in produzione, il loro riordino e tutte le fasi di movimentazione.

Una sede evoluta, in cui prende forma la progettazione di tende e pergole bioclimatiche tra le prime del settore per design e tecnologia, e dove persiste un reparto unico nel suo genere, dedicato alle schermature più longeve di Pratic: le tende a cappottina, brevettate dall'azienda negli anni Sessanta e tuttora in produzione – non solo, anche mai passate di moda. Oggi come allora, l'applicazione del telo sul tradizionale telaio bombato in alluminio avviene in modo sartoriale con cuciture di precisione che impiegano il filo Tenara (flessibile e resistente alle condizioni atmosferiche più sfidanti), e vengono realizzate a mano degli esperti sarti Pratic, per assicurare massima resistenza e un risultato estetico davvero impeccabile.

In Pratic's commitment to innovation, a window into tradition

Design, sustainability, and innovation encapsulate the essence of Pratic's manufacturing premises. Serving as a model of industrial architecture, Pratic has successfully embraced the transition to Industry 4.0 with substantial investments in technological advancements, embodied by the inauguration of the third facility in July 2023. Within this facility, an automated warehouse has been implemented for the storage and "smart" management of raw materials. Tailored technology inside allows for handling 4600 items, coordinating the call for materials destined for production, their reordering, and all stages of the handling.

This cutting-edge headquarters is where bioclimatic awnings and pergolas, among the first in the sector for design and technology, take shape. These facilities are also home to a specific department dedicated to Pratic's original sunshading systems: the patented dome awnings, introduced by the company in the Sixties and still fashionable and in production. Today, just as in the past, fabric application onto the traditional curved aluminum frame is executed with sartorial and meticulous precision, using Tenara thread (known for its flexibility and resistance to adverse weather conditions). Skilled Pratic sewers prepare these elements, ensuring maximum durability and impeccable aesthetic results.

In città, la storia diventa avanguardia

Nella corsa verso smart cities ecologiche e a misura d'uomo, le architetture storiche rappresentano un asset centrale per lo sviluppo economico, sociale e sostenibile della città. Un patrimonio inestimabile da preservare con soluzioni rispettose dell'ambiente e dell'identità culturale.



Urban Planning

*In the city, history
becomes the future*

In pursuing eco-friendly and human-centric smart cities, historical architectural buildings emerge as a central asset for the city's economic, social, and sustainable development. This invaluable heritage must be preserved with environmentally friendly solutions that honor the environment and cultural identity.

An aerial photograph of a city skyline, likely London, showing a mix of old brick buildings in the foreground and modern skyscrapers in the background. The sky is clear and blue. The text 'Old...the new way' is overlaid in large white font at the bottom of the image.

Old...the new way

Azzerare le emissioni e invertire la rotta del surriscaldamento nelle aree urbane sono gli aspetti di urgenza al centro dei nuovi progetti di sviluppo delle città, dove le parole all'ordine del giorno sono chiare: efficientamento energetico, mobilità sostenibile, sviluppo del verde, utilizzo di materiali durevoli e rinnovabili. In un quadro così complesso si inseriscono, inevitabilmente, le difficoltà rappresentate dallo stato attuale delle aree urbane e la necessità di preservarne l'identità, non solo attraverso i singoli edifici simbolo, ma anche tramite architetture e interi quartieri che ne raccontano la storia.

Secondo i dati del World Economic Forum, in città gli edifici sono responsabili di oltre il 60% delle emissioni totali e, in un quadro ottimistico di sviluppo, l'80% delle architetture che vediamo oggi saranno ancora qui nel 2050.

Ecco allora che progettare nuovi edifici, sempre più performanti, non è sufficiente a soddisfare gli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, bensì si rende necessaria una riqualificazione massiccia del patrimonio edilizio esistente. Un'azione che, oltre a comportare benefici sul lato delle emissioni, vede risvolti interessanti anche sul piano economico, sociale e – ovviamente – del design.

Tra le strategie prioritarie emerge infatti il “retrofitting”, ovvero lo sforzo di aggiornare retroattivamente gli immobili del passato, per rispondere agli attuali requisiti di sostenibilità, efficienza energetica, ma anche di utilizzo dello spazio. Sebbene economicamente tali scelte possano risultare, alle volte, più dispendiose rispetto alle opzioni di demolizione e ricostruzione, il retrofitting si dimostra la soluzione veramente sostenibile. Molti edifici storici presentano infatti ottime caratteristiche costruttive, con l'impiego di materiali locali fatti per durare a lungo. Prediligere un intervento di rinnovo significa quindi preferire un approccio rispettoso dell'ambiente e del patrimonio storico, ma anche la possibilità di creare edifici maggiormente ecologici e

Reducing emissions and countering urban warming represent the focal points of new city development projects where energy efficiency, sustainable mobility, green urban planning, and durable and renewable materials are the keywords. The challenges posed by the current state of the urban areas and the need to preserve their identity enter this complex landscape, going beyond iconic buildings and extending to entire architectural creations and districts that convey their history.

According to data from the World Economic Forum, buildings in cities are responsible for over 60% of

total greenhouse gas emissions. Even under an optimistic development projection, 80% of the ones we see today will last until 2050.



Elbphilharmonie Hamburg,
Herzog & de Meuron

Therefore, designing new and increasingly efficient buildings alone is insufficient to meet the 2030 Agenda for Sustainable Development objectives. A comprehensive overhaul of the existing building heritage becomes imperative. Besides its positive impact on emissions, this action carries interesting ramifications for economic, social, and, of course, design aspects.

Among the top-priority strategies is retrofitting, which intends to retroactively update past buildings to align them with current sustainability, energy efficiency, and space utilization requirements.

Although these choices may sometimes be more costly than demolition and reconstruction options, retrofitting proves to be the sustainable solution. Many historical buildings boast excellent construction characteristics, utilizing local materials designed to stand the test of time. Opting for a renovation intervention means choosing an environmentally and historically respectful approach. It also presents the opportunity to create more eco-friendly and durable buildings, reducing maintenance costs and increasing the value of the vintage property.

This increased value then ripples on a broader scale through revitalizing districts with significant character, particularly appealing in today's luxury real estate market. The new and the old blend in projects that



Port House, Antwerp
Zaha Hadid Architects



Great Court at British Museum, London
Foster + Partners

durevoli che riducono i costi di manutenzione e aumentano invece il valore dell'immobile d'epoca.

Aumento del valore che si riverbera poi a livello più ampio, tramite la riqualificazione di quartieri di grande carattere, che oggi risultano particolarmente interessanti sul mercato immobiliare del lusso. Nuovo e antico si sposano perfettamente in progetti che scongiurano la "ghettizzazione" delle aree urbane meno moderne, con significativi benefici sul piano sociale e della distribuzione urbana.

In questi contesti, le strutture storiche giocano un ruolo centrale per il dinamismo della vita cittadina, diventando luoghi di aggregazione o di importanza culturale.

Grazie al riuso adattivo, edifici come chiese, antiche fabbriche o dimore d'epoca si trasformano in gallerie d'arte e teatri che, con una nuova funzione, continuano a essere parti attive della città e a creare valore economico nel lungo periodo.

Tra le metropoli che meglio hanno saputo integrare eredità culturale e modernità all'interno del tessuto urbano, troviamo l'esempio di Londra dove, dal 2012 (anno in cui la città ha ospitato le olimpiadi) e sotto la guida dell'ex-sindaco Ken Livingstone, si è assistito a un'importante opera di rinnovamento e riqualificazione della città. Nell'ultimo decennio, infatti, nomi illustri dell'architettura hanno contribuito a rivisitare lo skyline della città inglese con opere avveniristiche che oggi firmano soprattutto il quartiere finanziario della "City of London", simbolo di modernità e capace di convivere in armonia con il fascino autentico di Brick Lane, a pochi passi di distanza. Il rione dei fabbricatori di mattoni è stato infatti a lungo considerato tra i più poveri e poco raccomandabili di Londra, per diventare oggi invece un punto nevralgico di multiculturalità, arte e tendenza. A contribuire a questa svolta è stato il riuso adattivo degli edifici: una strategia che Londra ha applicato in modo massiccio alle sue aree trascurate, abbinando la valorizzazione di elementi storici ad architetture contemporanee che donano vitalità e lustro ai quartieri circostanti. Un mix vincente, che premia lo sviluppo della città e il suo turismo. ●

prevent the "ghettoization" of less modern urban areas, bringing significant social and urban benefits.

In these contexts, historical buildings play a central role in the dynamism of city life, becoming gathering places or culturally significant locations.

Thanks to adaptive reuse, structures such as churches, ancient factories, or historical palaces transform into art galleries and theaters that, with a new function, continue to be active parts of the city, creating economic value in the long run.



Werkraum Warteck pp,
Basel

Among the metropolises that have best integrated cultural heritage and modernity into the urban fabric, there is London, where, since 2012 (the year the city hosted the Olympics) and under the leadership of the former Mayor, Ken Livingstone, there has been a significant effort in renovating and revitalizing the city. In the last decade, illustrious names in architecture have indeed played an important role in reshaping the skyline with futuristic works that now dominate the financial district of the "City of London," symbolizing modernity and harmoniously coexisting with the authentic charm of Brick Lane, just a few steps away. The brickmaker's district was long considered one of the poorest and least reputable in London but has transformed into a focal point of multiculturalism, art, and trendiness. Adaptive reuse of buildings has played a crucial role in this transformation – a strategy London has extensively applied

to its neglected areas. This involved combining the valorization of historical elements with contemporary architecture that infused vitality and luster into the surrounding districts. It is a winning mix that rewards the city's development and boosts tourism. ●

“Non-lieux aesthetics”, l'altra faccia della modernità

Ampli grattacieli vetrati, verde verticale e geometrie sinuose. Gli edifici simbolo della modernità si stanno moltiplicando nelle città di tutto il mondo con un'estetica – spesso frutto di scelte di sostenibilità e di comfort – sempre più uniformata e lontana dalla tradizione architettonica del singolo contesto. Un'omologazione che fino a pochi anni fa era tipica dei “non luoghi”, ovvero edifici di transito e di attesa, come gli aeroporti, situati ai confini dell'area urbana.

Con l'evolversi degli skyline metropolitani, dallo stesso mondo della progettazione arriva l'appello per una diversità architettonica in grado di esprimere di nuovo l'identità di un luogo e di rispondere al bisogno dell'individuo di esperire i progetti di design anche sul piano emozionale. Un aspetto che può sembrare secondario, ma che contribuisce invece alla longevità degli edifici, perché ne scongiura l'abbandono e li rende al contempo nuovi simboli cittadini.

“Non-lieux aesthetics”: *the other side of modernity*

Sprawling glass skyscrapers, vertical gardens, and curvy geometries – these symbols of modernity are multiplying in cities across the globe, displaying aesthetics that, often born from sustainability and comfort considerations, are becoming more standardized and deviating from the architectural traditions of specific contexts. Uniformity, once characteristic of “non-lieux” or “non-places” – transit and waiting structures like airports, typically located on the outskirts of urban areas – now extends to the evolving skylines of metropolitan areas.

Thus, from the design sector, there is a call for architectural diversity that can resume expressing a place's identity and fulfilling individuals' desire to engage with design projects at the emotional level. Although this aspect may seem secondary, it significantly contributes to the longevity of buildings by preventing abandonment and simultaneously transforming them into new urban symbols.



Le fondamenta (antiche) dell'innovazione

Di solito indipendenti e nettamente separati, gli edifici storici e moderni rappresentano – ciascuno con il proprio apporto – degli asset di indubbia importanza per lo sviluppo di una città. Ma la separazione è davvero l'unico modo per convivere? La risposta arriva direttamente dalle grandi metropoli, dove gli interventi di conservazione degli edifici storici si sono trasformati in vere opere di design che uniscono, sulle stesse fondamenta, l'antico e il moderno.

È il caso del Royal Ontario Museum di Toronto dove, alla struttura originaria del 1914 in stile neoclassico, nel 2007 sono stati aggiunti dall'architetto Daniel Libeskind ulteriori 100mila metri quadri, diventando il museo più grande e frequentato del Canada. L'espansione, ispirata ai cristalli custoditi nella galleria di mineralogia, è costituita da una struttura dinamica in acciaio e vetro che offre poderosa luminosità. Autentici prismi accuratamente incastonati nell'architettura originaria, che preservano la facciata ed esaltano l'affascinante contrasto tra i due stili.

The (ancient) foundations of innovation

Historic and modern buildings, usually independent and separated from each other, represent assets of undeniable importance for a city's development, each contributing uniquely to it. But is separation truly the only way for them to coexist? The answer comes directly from major metropolises, where conservation efforts for historical buildings have transformed into true design masterpieces that bring together the ancient and the modern on the same foundations.

An example is the Royal Ontario Museum in Toronto, where architect Daniel Libeskind added 100,000 square meters in 2007 to the original 1914 neoclassical structure, making the museum the largest and most popular in Canada. This expansion, inspired by the crystals housed in the mineralogy gallery, consists of a dynamic steel and glass structure that provides powerful luminosity. Veritable prisms carefully integrated into the original architecture preserve the facade and enhance the charming contrast between the two styles.



Royal Ontario Museum, Toronto
Daniel Libeskind

Cinque secoli di eleganza, all'hotel San Pietro Palace

Five centuries of elegance at the San Pietro Palace hotel

Project	STUDIO 915
Place	FINALE LIGURE, ITALY
Year	2018
Product	T-CODE



Intervenire su un palazzo storico richiede molte accortezze: il rischio è infatti quello di snaturarne l'aspetto con elementi che non si inseriscono con armonia nelle strutture esistenti. La sfida è dunque coniugare funzionalità ed estetica e ottenere un risultato omogeneo ed efficiente, anche accostando moderno e antico.

L'hotel San Pietro Palace a Finale Ligure è l'esempio di un'unione perfettamente riuscita, che vede i numerosi accessi, arricchiti da cornici e modanature, risalenti al '600, integrati con cinque moderne tende a bracci T-Code di Pratic che si adattano con esattezza agli spazi della facciata.

«Il San Pietro Palace è ospitato in uno dei primi fabbricati edificati sul lungomare finalese per la lavorazione del pescato – racconta l'architetto Valentina Zanetti, responsabile del progetto –. La scelta, fatta agli inizi del '900, di convertire l'edificio preesistente in hotel

esprime la vocazione turistica della località. Ma proprio le caratteristiche che rendono così particolare la facciata hanno determinato i vincoli per il piano d'installazione del sistema di ombreggiatura e la sua inclinazione. Il modello di Pratic è risultato essere la risposta ottimale alle necessità del cliente».

Il dehors, oltre a essere il biglietto da visita dell'hotel, è utilizzato per colazioni e aperitivi dai clienti del ristorante Sottosale. Qui, le tende T-Code offrono sia l'ombreggiatura che l'illuminazione prevista dall'architetto, grazie ad un'illuminazione full LED che permette di godere del dehors a ogni ora e in tutto comfort. Anche l'estetica si conferma impeccabile grazie alle sfumature di grigi scelte per il telo e il raffinato box in alluminio che contiene e ripara la tenda chiusa, un elemento funzionale e di design che si inserisce con discrezione e raffinatezza, in perfetto stile Pratic.

Working on a historical building requires great care, as it is risky to alter its appearance with elements that do not harmonize with the existing structures. The challenge is to combine functionality and aesthetics to achieve a cohesive and efficient result, even by juxtaposing the modern and the ancient.

The San Pietro Palace hotel in Finale Ligure exemplifies a perfectly successful combination. The many entrances, enriched with frames and moldings dating back to the 17th century, are seamlessly integrated with five modern Pratic's T-Code awnings, adapting perfectly to the spaces of the facade.

«The San Pietro Palace is housed in one of the first buildings built overlooking the Finale Ligure waterfront for fish processing, – explains architect Valentina Zanetti, the project manager –. The choice, made in the early 1900s, to convert the pre-existing building into a hotel embodies the tourist vocation

of the hamlet. However, the characteristics that make the facade so unique have defined the constraints for the installation plan of the shading system and its inclination. Pratic's model proved to be the optimal solution to the client's needs».

Besides being the hotel's business card, the outdoor area is used for breakfasts and aperitifs by the customers of the Sottosale restaurant. Here, the T-Code awnings provide shading and the architect's planned lighting, thanks to full LED illumination that allows enjoying the outdoor space at any time and in complete comfort. The aesthetics also prove impeccable with the chosen shades of gray for the fabric and the refined aluminum box that houses and protects the closed awning. This functional and design element fits in discreetly and elegantly in a veritable Pratic's style.

**Su misura,
quindi versatili**

Le tende T-Code di Pratic vengono realizzate su misura in ogni dettaglio: dalle dimensioni alla scelta del telo filtrante o impermeabile, fino alla cromia del box in alluminio, da personalizzare con qualsiasi colore desiderato. Per un'adattabilità massima, in qualsiasi contesto d'installazione.

**Custom-made and,
thus, versatile**

Pratic's T-Code awnings are custom-made and crafted with meticulous attention to detail, from the size to the selection of the filtering or waterproof fabric to the color palette of the aluminum box, all customizable with any desired color. This ensures maximum adaptability in any installation context.

Workplace Off the clock

*Il work-life balance
è una questione di spazi*

Per riequilibrare professione e vita personale (ed essere ancora più efficienti sul lavoro) è necessario “staccare”. Fondamentale quindi la gestione del tempo, ma anche dello spazio, capace di incentivare lo *shift* tra concentrazione e disconnessione che, se giustamente calibrato, permette di ritrovare l’armonia.

*Work-life balance
is a matter of spaces*

To rebalance work and personal life (and be even more efficient at work), it is necessary to “disconnect”. Therefore, time management and space management are crucial and capable of encouraging the shift between focus and disconnection, which, if properly calibrated, allows for finding harmony.



Vivere per lavorare o lavorare per vivere? La domanda è più attuale che mai e la risposta che sembra emergere nel mercato del lavoro è quella dell'equilibrio personale, il celebre e tanto ricercato *"work-life balance"*. Potrebbe sembrare un concetto banale, ma se si osservano i dati relativi al mercato professionale è facile notare come quella tra carriera e vita personale sia spesso ancora una scelta *aut-aut*.

Attualmente, nella ricerca di un nuovo lavoro, quasi due persone su tre sono spinte dal desiderio di ottenere una migliore posizione non tanto sul piano economico, quanto su quello dell'orario di lavoro, della flessibilità e della possibilità di conciliare la professione con la famiglia.

(FlexJobs 2022 Career Pulse Survey)

In particolar modo dopo l'avvento della pandemia, l'approccio al lavoro è cambiato a favore di una migliore qualità della vita e del benessere psicofisico. Un modello che dimostra assicurare maggiori vantaggi (per dipendenti e aziende) se paragonato all'ideale ormai desueto dello stacano-moderno. Nel 2019 una ricerca pubblicata dalla rivista Forbes svelava infatti un quadro poco incoraggiante per i giovani Millennials, la generazione maggiormente affetta da *"workaholism"*: il 63% degli intervistati dichiarava di lavorare anche durante i giorni di malattia, mentre oltre il 70% rinunciava agli impegni del weekend o portava con sé i propri device per rimanere sempre collegato.

Ma proprio la possibilità di trovare il tempo e gli spazi per "scollegarsi" rappresenta uno degli elementi indispensabili a ristabilire il *work-life balance*, tanto da essere diventato un diritto attentamente regolamentato in alcune nazioni europee come Francia, Spagna, Portogallo e Belgio. Questo perché la disconnessione permette di ridurre i sovraccarichi di lavoro e quindi i livelli di stress e di cortisolo, oltre a consentire momenti di pausa indispensabili per il benessere psico-fisico,

Live to work or work to live? The question is more relevant than ever, and the emerging answer in the job market is *personal balance* – the famous and much sought-after *"work-life balance"*. While it might seem trivial, observing data related to the professional market makes it clear that the choice between career and personal life is often presented as an either-or scenario.

Currently, in the quest for a new job, almost two out of three people are driven by the desire to secure a better position, not so much in terms of income but in terms of work hours, flexibility, and the possibility of harmonizing one's career with family life.

(FlexJobs 2022 Career Pulse Survey)

Especially in the aftermath of the pandemic, the approach to work has shifted in favor of a better quality of life and psychophysical well-being. This model offers more benefits (for both employees and companies) than the outdated ideal of modern overworking. In 2019, a study published by Forbes revealed a discouraging picture for young Millennials, the generation most affected by "workaholism": 63% of respondents claimed to work even on sick days, while over 70% gave up weekend commitments or brought their devices to stay constantly connected.

However, the ability to find time and space to "disconnect" has become one of the essential elements to restore work-life balance, so much so that it has become a carefully regulated right in some European countries such as France, Spain, Portugal, and Belgium. This is because disconnection helps to reduce work overload and, consequently, stress and cortisol levels. It also allows essential breaks for psychophysical well-being, providing moments to engage in sports, leisure, or have lunch relaxed – activity workers often sacrifice during the week. These elements positively impact well-being and mood, and they also bring significant benefits in focus, productivity, and determination – which are crucial for a company's success.



in cui potersi dedicare a un'attività sportiva, allo svago o semplicemente a pranzare con tranquillità – attività a cui i lavoratori tendono a rinunciare più spesso durante la settimana. Questi elementi influiscono in modo positivo sul benessere e l'umore, ma hanno anche importantissimi vantaggi per quanto riguarda la concentrazione, la produttività e la determinazione; indispensabili per il successo di un'azienda.

Da questo punto di vista, sono molte e varie le politiche di welfare che possono essere messe in campo dalle aziende per favorire l'equilibrio tra lavoro e vita personale, ma a contribuire alla "disconnessione" è anche la progettazione degli spazi di lavoro, in quanto l'utilizzo di forme, colori e illuminazione influisce sulla nostra attività cerebrale, determinando concentrazione e svago.

All'interno degli uffici, l'utilizzo di colori come il verde e il blu tende infatti a facilitare stati emotivi coerenti con la concentrazione e la calma necessaria per svolgere un compito difficile, mentre le tonalità calde inducono invece a uno stato di eccitazione, favorendo il "distacco" dal lavoro, e quindi risultando ideali per spazi informali come palestre, mense o sale ricreative all'interno dell'azienda.

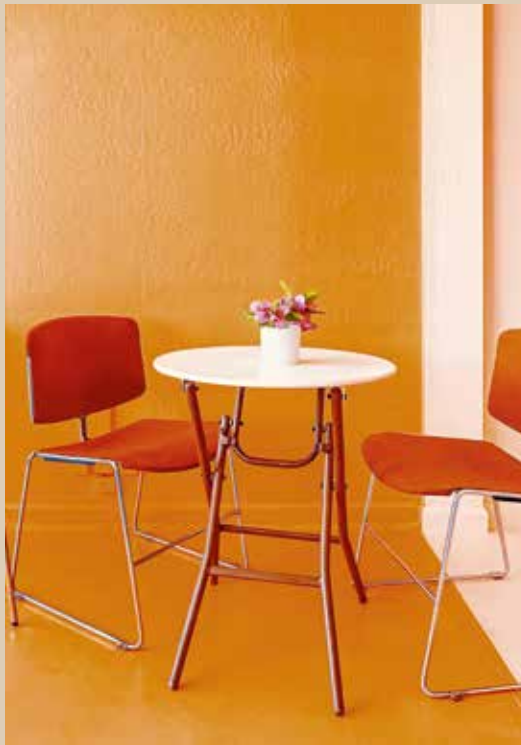
Allo stesso modo se si realizza una struttura outdoor con funzioni di svago o relax, che presenta toni simili a quelle dei palazzi circostanti, oppure lo stesso colore dell'edificio cui è annesso, si creerà un affaticamento visivo e psicologico che impedisce quello "shift" umorale tra ambiente lavorativo e ambiente dedicato al relax che si voleva ottenere. Al contrario, una struttura di passaggio tra interno ed esterno come una pergola o un padiglione aperto, che si rapporta cromaticamente con l'architettura principale, cioè con un colore frontale (tonalità accese e contrastanti) abbinato a quello fondale (tonalità spente e scure) dell'edificio, crea una felice discontinuità e una rottura ritmica degli spazi che favorisce il passaggio dallo spazio freddo del lavoro a quello caldo dello svago.

E proprio l'outdoor costituisce l'ambiente ideale per rigenerarsi dopo il lavoro o durante le pause. Non solo l'esposizione alla luce naturale migliora l'umore e la stessa salute psico-fisica, ma il contatto con il verde facilita il rilassamento e la distensione della mente, indispensabili per ricaricare le proprie energie. ●

From this perspective, companies can implement numerous and varied welfare policies to promote the balance between work and personal life. Additionally, workplace design plays a role in "disconnection" as using shapes, colors, and lighting influences brain activity, promoting focus and relaxation.

Within office spaces, using colors such as green and blue tends to facilitate the focus and calm needed to perform a challenging task. On the other hand, warm tones induce a state of excitement, promoting a "disconnection" from work, making them ideal for informal spaces like gyms, cafeterias, or recreational rooms within the company.

Similarly, if an outdoor building designed for leisure or relaxation uses colors similar to those of the surrounding buildings or the same color as the attached building, visual and psychological fatigue ensues, hindering the desired mood shift between the work environment and the relaxation area. Conversely, a transitional structure between indoor and outdoor spaces, such as a pergola or an open pavilion, harmonizing chromatically – combining a foreground color (bright and contrasting hues) with a background color (muted and dark shades) of the building – creates a pleasant discontinuity and rhythmic break in the spaces, facilitating the transition from the cool workspace to the warm recreational space.



The outdoor environment is particularly suitable for rejuvenation after work or during breaks. Exposure to natural light improves mood and psychophysical well-being. Contact with nature facilitates relaxation and mental unwinding, which is essential for recharging one's energy. ●



Dal *home office* all'industria, il design che fa stare bene

Aumentano le opportunità di lavoro smart, non solo per i cosiddetti “nomadi digitali” ma anche per tanti impiegati che oggi possono spaziare tra soluzioni ibride e *full-remote*. Ma per la maggioranza dei dipendenti – in particolare quelli con mansioni manuali –, è ancora la sede aziendale a rappresentare la quotidianità sul lavoro. Ambienti opposti, che necessitano entrambi di una progettazione accurata per migliorare performance e benessere.

L'UFFICIO È IN CASA, MA LA CASA NON È L'UFFICIO

Il confine è sottile, tuttavia fa la differenza, soprattutto se si parla dell'importanza di disconnettersi. Adibire una stanza della casa – o, perché no, una dependance o uno spazio semiaperto come una pergola – a ufficio rappresenta il comfort ideale. Non solo per la praticità di disporre di uno spazio riservato, ma anche per la possibilità di creare una distinzione netta con gli spazi di vita. Quando non è possibile, meglio privilegiare arredi versatili che provvedono (al bisogno) a isolare l'ambiente. Fondamentali poi l'apporto di luce naturale e gli arredi in policromia che aiutano a tenere la mente distesa e rilassata.

IN SEDE, L'ARCHITETTURA PRIVILEGIA FLUIDITÀ E CONNESSIONI

Quelle dedicate agli headquarter aziendali sono architetture sempre più sostenibili, accoglienti e progettate per incorporare tutti gli elementi necessari a stare bene: luce, contatto con la natura, comfort e dinamismo. Migliorare la qualità del lavoro (e della vita sul lavoro) è possibile attraverso una progettazione attenta degli spazi, che le aziende oggi scelgono di affidare a studi di architettura e consulenti esperti. Dagli uffici alla produzione, ogni ambiente è pensato con l'obiettivo di favorire i flussi e le modalità di lavoro più efficaci per ciascuna mansione, incoraggiando l'interazione e la condivisione a ogni livello. Le relazioni sociali sul luogo di lavoro, infatti, non solo migliorano rendimento e senso di appartenenza, ma si dimostrano anche esigenze basilari del comportamento umano, con effetti positivi sulla salute psicofisica. Fondamentale quindi creare spazi operativi aperti e flessibili che consentono alle persone di muoversi e interagire, limitando il più possibile l'isolamento alla propria postazione, prevedendo anche ambienti di svago e socialità. Una combinazione che, ancora oggi, fa del lavoro in presenza una risorsa di benessere da non sottovalutare.

From home offices to industries: design for well-being

The opportunities for remote work are expanding, catering to “digital nomads” and many employees who can now choose between hybrid and fully remote solutions. Nevertheless, for most workers, especially those engaged in manual tasks, a corporate facility remains their daily work environment. Designing for both these contrasting settings is crucial to improving performance and well-being.

THE OFFICE IS NOW AT HOME, BUT IT IS IMPORTANT TO REMEMBER THAT HOME IS NOT THE OFFICE

This subtle distinction is significant, particularly concerning the importance of disconnecting. Designating a room in the house – or even considering an outbuilding or a semi-open space like a pergola – as an office provides ideal comfort. This offers the practicality of having a dedicated space and allows for a clear separation from the living areas. When this is impossible, prioritizing versatile furnishings that can, when necessary, isolate the environment is essential. Natural light and polychromatic furnishings are fundamental in keeping the mind calm and relaxed.

IN THE WORKPLACE, ARCHITECTURE PREFERS FLUIDITY AND CONNECTIVITY

Architecture dedicated to the corporate headquarters is increasingly sustainable, inviting, and designed to encompass all the necessary elements for well-being: light, contact with nature, comfort, and dynamism. Elevating the quality of work (and life at work) is attainable through meticulous space planning, a responsibility that companies are increasingly delegating to architectural firms and expert consultants. From offices to production facilities, each environment is planned to promote the most effective workflows for each task and foster interaction and collaboration at every level. Workplace social relations boost performance, promote a sense of belonging, and fulfill fundamental human behavioral needs, positively impacting psychophysical well-being. Hence, creating open and flexible workspaces that enable people to move and interact is crucial, minimizing isolation at individual workstations and including recreational and socialization areas. This combination continues to make in-person work an asset for well-being, not to be underestimated.



SWS UK ●
Lancaster, UK

AVZ-GROUP
Best, NL

ALULUX
Verl, DE

● ●
SMITS
Best, NL

FLIP ●
Gondecourt, FR

●
DUOTHERM
Zingsheim, DE

● **EVENO**
Lorient, FR

● **ERHARDT**
Burtenbach, DE

STELLAGROUP
Annecy, FR

● ●
PROFALUX
Thyez, FR

BIOSSUN ●
Sassenage, FR

● **PRATIC**
Udine, IT

SOFERMI
Toulouse, FR

● ●
LA TOULOUSAINE
Toulouse, FR

INTERVIEW

Per un'azienda, (anche) il tempo è una questione di scelte

Intervista a
Frank Schädlich,
Amministratore Delegato
di StellaGroup



Attraversare gli anni mantenendo la stessa energia per rimanere competitivi sul mercato è un obiettivo che appartiene alle aziende nate per declinarsi al futuro e allenate alla responsabilità di fare ogni giorno meglio.

Per garantire il profitto, va da sé, ma anche per una naturale predisposizione ad alzare il livello della propria performance in favore di prodotto e servizi sempre migliorati, dell'ambiente in cui si opera e dei collaboratori che hanno abbracciato la filosofia dell'azienda per cui lavorano.

La storia di Pratic, il marchio italiano leader nel settore delle pergole bioclimatiche e tende di design, è cominciata nel Friuli del 1960 e dimostra come le capacità imprenditoriali possano e debbano unirsi alle persone e al territorio per farli crescere in ricchezza e mentalità.

Nel 2011 e con una precisa scelta, il suo nuovo quartier generale ha visto la luce sulle colline di Fagagna (Udine), ottenendo quasi subito il riconoscimento internazionale quale esempio pregevole di architettura industriale (progetto: Geza Architettura).

Il tempo delle decisioni non si è esaurito qui: con una progressione impressionante la proprietà ha dato il via a due poderosi ampliamenti al fine di rendere progettazione, produzione e servizio ai clienti ancora

For a company, (even) time is all about choices

*An interview with
Frank Schädlich,
CEO of StellaGroup*

Nurturing the same energy over the years to stay competitive in the market is a goal reserved for companies born to adapt to the future and committed to the responsibility of improving day by day.

This commitment is not limited to ensuring profitability. It also stems from a natural inclination to continually enhance the performance of products and services, the operational environment, and the employees who embody the company's philosophy.

Pratic, the leading Italian Company in the bioclimatic pergolas and signature awnings sectors, was established in Friuli in 1960. It embodies how entrepreneurial skills can and should blend with people and the local landscape, fostering prosperity and an open mind.

In 2011, through a deliberate decision, the Company was established on the hills of Fagagna (Udine), swiftly gaining international recognition as an example of industrial architecture (project: Geza Architettura).

The time for decisions was far from over. With impressive foresight, the leadership embarked on two significant expansions to enhance the design, production, and customer service departments, making them even more responsive to current and future market demands.

più rispondenti a ciò che il mercato chiede e, soprattutto, chiederà.

Dodici anni per creare un aggregato perfetto di design e tecnica, perfezionando l'universo Pratic con le sue soluzioni per vivere l'outdoor: qui nasce l'open air culture.

Il 2023 è ancora l'anno delle scelte e della dimostrazione che una non esclude l'altra. Accanto all'inaugurazione ufficiale dell'ultimo ampliamento si compie un nuovo passo: l'ingresso di Pratic in StellaGroup, gruppo francese tra i principali produttori europei di chiusure per finestre, sistemi di accesso per edifici e protezioni solari outdoor.

Le parole di Didier Simon e Frank Schädlich, rispettivamente presidente e amministratore delegato di StellaGroup, testimoniano l'essenza di molte aziende italiane.

«Quattro anni fa a Dublino – racconta Simon – mi sono imbattuto per caso in una spettacolare pergola che mi ha subito colpito per il design, le sono girato intorno alla ricerca del nome del produttore: avevo appena incontrato il mondo di Pratic. Ci è piaciuto subito il prodotto, ma allo stesso modo ci sono piaciute le persone, le abbiamo sentite solide, competenti e leali».

«In StellaGroup il ruolo di Pratic è e rimarrà centrale per la produzione e soprattutto per il design italiano – continua Schädlich – un aspetto quest'ultimo che si respira in ogni angolo di questa azienda, qualcosa che è impossibile riprodurre altrove perché rappresenta la cultura dell'autentico Made in Italy».

Il senso del tempo che non passa invano si è autodefinito in questo accordo tra persone – prima ancora che tra aziende – abituate a guardare al futuro, alla competitività e alla condivisione del sapere. Concetti, questi, che ricordano una fiamma sempre accesa e che raramente si affievolisce nelle imprese nate per il successo. ●

Over twelve years, they have meticulously crafted a perfect fusion of design and technology, refining the Pratic universe with its outdoor living solutions – giving birth to the open-air culture.

The year 2023 was marked by further decisions, demonstrating that one does not preclude the other. Alongside the official inauguration of the latest expansion came a significant development: Pratic's entered the StellaGroup, a French group and one of the leading European manufacturers of window closures, building access systems, and outdoor shading systems.

The words by Didier Simon and Frank Schädlich, president and CEO of StellaGroup, respectively, echo the spirit of many Italian companies.

«Four years ago in Dublin – says Simon – I stumbled upon a spectacular pergola that immediately charmed me with its design. I circled it, searching for the manufacturer's name, and that was when I first entered the world of Pratic. Not only did we love the product, but we also appreciated the people. We found them to be solid, competent, and loyal».

«Within the StellaGroup, Pratic's role is and will remain central to the production and, particularly, to Italian design – continues Schädlich. – This is something that permeates every corner of this company, an aspect that is impossible to replicate elsewhere because it represents the culture of authentic Made in Italy».

The perception of time well spent has found a definition in this agreement among individuals – before one between companies – accustomed to looking at the future, competitiveness, and sharing knowledge. These concepts rekindle an ever-burning flame that rarely fades in enterprises born for success. ●





Ho.Re.Ca. Travelling out of time

Quando l'hotellerie
diventa esperienza

Viaggi dal sapore autentico, ma sempre nel nome del comfort e della bellezza. Ecco cosa richiedono oggi i turisti, non solo alla vacanza, ma anche alle strutture ricettive che diventano ambasciatrici di storia, cultura e territorio, attraverso location straordinarie in cui il tempo pare essersi fermato.

*When hotellerie
becomes experience*

Journeys with an authentic flavor, yet always in the name of comfort and beauty. This is what tourists demand today, from their vacations and the accommodation facilities that become ambassadors of history, culture, and the region through extraordinary locations where time seems to have stood still.

Vivere esperienze fuori dal comune, fuori dal tempo e fuori dalla propria zona di comfort. È questo l'obiettivo della vacanza per oltre il 73% dei turisti intervistati da Booking – il primo portale al mondo per la prenotazione di strutture ricettive – in occasione del sondaggio che nel 2023 ha indagato le nuove tendenze e modalità di viaggio. Per una persona su due il prossimo soggiorno sarà infatti l'occasione per visitare luoghi caratterizzati da lingue e tradizioni culturali completamente diverse dalla propria, il 30% si avventurerà invece verso mete meno conosciute e ancora poco toccate dal turismo. Il desiderio di evasione dalla quotidianità si fonde anche con la ricerca di un benessere olistico e il lusso di potersi "scollegare" quando lo si desidera, per lasciare spazio all'immersione nei paesaggi e nelle esperienze più autentiche di viaggio; ma sempre con il giusto comfort (secondo il 53% degli intervistati).

Preferenze che influiscono non solamente sulla scelta della meta, ma anche – e soprattutto – su quella della struttura ricettiva che deve saper soddisfare le nuove richieste in tema di "guest experience", orientate verso esclusività, personalizzazione, privacy e possibilità di entrare in contatto con il territorio.

Non a caso, accanto alle grandi catene crescono oggi i *Boutique o Lifestyle Hotels*, strutture con un numero ridotto di stanze che si distinguono per l'unicità sia sul piano architettonico e del design che della location, quest'ultima spesso rappresentata da quartieri caratteristici o da paesaggi di grande fascino.

Motivazioni che trainano anche la crescita dei *Relais* che, all'interno di architetture storiche e circondate dal verde, danno vita a soggiorni unici e capaci di unire l'enogastronomia al benessere, il tutto sotto il cappello della sostenibilità e del chilometro zero.

Questa nuova tipologia di *hotellerie* trova in Italia un rimarchevole successo, dovuto soprattutto alla scarsa diffusione sul territorio degli alberghi di catena, alla presenza invece capillare di architetture storiche, sapientemente ristrutturare e riconvertite a scopo di accoglienza, e – non meno importante – alla ricerca dei turisti dell'"*Italian Lifestyle*" che rappresenta tuttora uno

Experiencing life beyond the ordinary, transcending time, and stepping out of one's comfort zone: these are the aspirations for vacations, as expressed by over 73% of tourists surveyed by Booking, the world's premier platform for booking accommodations during a 2023 survey exploring emerging trends and travel styles. For half of the respondents, their upcoming stays represented an opportunity to explore places characterized by languages and cultural traditions vastly different from their own, while 30% were drawn to lesser-known destinations, still untouched by mainstream tourism. The longing to break free from the routine of everyday life is connected with the pursuit of holistic well-being and the luxury of being able to "disconnect" at will. This allows for an immersion in landscapes and authentic travel experiences, always with the right level of comfort (as reported by 53% of respondents).



These preferences impact the choice of destination and, more significantly, lead to the selection of accommodations that must now cater to new expectations for a "guest experience" focusing on exclusivity, personalization, privacy, and the opportunity to engage with the local environment.

Indeed, it is not by chance that *Boutique or Lifestyle Hotels* are thriving alongside the large hotel chains today. These establishments, with limited rooms, distinguish themselves through their unique architecture and design, often located in distinctive districts or landscapes of great charm.

This trend is also propelling the growth of *Relais* inside historic buildings and surrounded by green spaces, offering unique stays that blend gastronomy with well-being, all under the banner of sustainability and the "km 0" concept.

This new form of hospitality has found significant success in Italy, primarily owing to the limited presence of hotel chains in the region, the widespread availability of skillfully renovated historic buildings repurposed for hospitality, and, not least, the tourists' pursuit of the "*Italian Lifestyle*" which remains a pivotal factor attracting travellers from abroad to the peninsula.

According to a 2023 survey carried out by ENIT (the Italian National Tourism Agency) and Unioncamere, those returning for vacations in Italy will do so,



dei fattori trainanti per le partenze dall'estero verso la penisola.

Secondo l'indagine condotta nel 2023 da ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo) e Unioncamere, chi ritornerà in vacanza in Italia lo farà nella maggioranza dei casi proprio per l'esperienza della "Dolce Vita" (enogastronomia, abbigliamento, esperienze di viaggio), inoltre aumenta l'importanza delle bellezze naturalistiche e del patrimonio culturale.

Non solo *Grand Hotel*, quindi, la formula che abbina accoglienza e storicità conferma la propria efficacia anche se declinata su strutture più piccole e, perché no, ancora più antiche come masserie, case contadine e palazzi d'epoca, che consentono di ricavare dalla loro ristrutturazione ambienti dal fascino irresistibile. A premiare queste strutture in fase di rinnovo è la capacità di integrare i comfort moderni – come il design e la domotica – conservando al contempo l'autenticità della location. Un aspetto che il settore outdoor ha fatto proprio con soluzioni come pergole e tende da sole capaci di accostarsi con rispetto ai contesti storici, creando dehors belli e funzionali che permettono di offrire agli ospiti quel contatto con il paesaggio che in tema di strutture ricettive continua a fare la differenza. ●

in the majority of cases, to experience the "Dolce Vita" (gastronomy, fashion, and travel experiences), while the importance of natural beauty and cultural heritage is on the rise.

Not only Grand Hotel, but the formula combining hospitality and history also proves effective when applied to smaller and even more ancient buildings such as farmhouses, country homes, and historic palaces that allow the creation of irresistibly charming environments through renovation.

What rewards these structures during their renovation is their ability to integrate modern comforts, such as design and home automation, while preserving the authenticity of the location. This is a quality that the outdoor sector has embraced, as seen in solutions like pergolas and awnings that respectfully complement historical contexts, creating beautiful and functional outdoor spaces that offer guests a connection with the landscape that is making a difference in the hospitality sector. ●

Pergola Brera
Boutique hotel San Michele Suite,
Polignano a Mare



INTERVIEW

Vincoli e opportunità nella progettazione dell'ospitalità open air

Intervista a
Gianmario Gallina,
Project Account Pratic



Dove il design incontra location straordinarie prende forma la migliore delle progettazioni outdoor: una risorsa per l'*hotellerie*, che si traduce in esperienze d'accoglienza esclusive e in un nuovo modo di fare turismo, in cui il territorio non è più solo da ammirare, ma da vivere in prima persona.

Sempre più diffusi e apprezzati, per essere efficaci questi spazi all'aperto richiedono uno studio specifico e la consulenza di professionisti in grado di sintetizzare le necessità della struttura ricettiva con quelle del contesto naturale e architettonico circostante. Qui si inserisce la competenza di Gianmario Gallina, Project Account di Pratic che dal 2018 affianca e supporta gli architetti, sviluppando alcuni dei più importanti progetti di schermatura firmati dall'azienda.

«Se parliamo di ospitalità – spiega Gallina –, oggi le preferenze si orientano quasi esclusivamente alle aree esterne, ancor più se attrezzate con coperture che offrono un riparo elegante. In questo scenario diventa fondamentale valorizzare i dehors con soluzioni su misura, che soddisfano le richieste di benessere, relax e cura del cliente; elementi indispensabili per il successo di hotel e ristoranti».

Constraints and opportunities in open-air hospitality design

An interview with
Gianmario Gallina,
Project Account Pratic

Where design and extraordinary locations find each other, the finest outdoor designs emerge, serving as a valuable asset for the hospitality industry and translating into exclusive hospitality experiences and a new era of tourism where the territory is not merely to be admired but becomes an immersive firsthand experience.

These increasingly popular and appreciated outdoor spaces demand specific planning and the expertise of professionals who can harmonize the needs of the accommodation facility with the nuances of the surrounding natural and architectural context. Gianmario Gallina, Project Account at Pratic since 2018, has a pivotal role in this sector. He collaborates with and supports architects in crafting some of the company's most significant shading system projects.

«When addressing hospitality – says Gallina – current preferences predominantly lean towards outdoor areas, especially those equipped with shading solutions providing elegant shelter. In this context, giving value to outdoor spaces with tailor-made solutions becomes crucial, as well as meeting customers' well-being, relaxation, and care needs. These are vital elements for the success of hotels and restaurants».

Tema centrale è l'interazione rispettosa e flessibile con il paesaggio, da adattare alle specifiche esigenze di fruizione.

«Il nostro territorio offre panorami unici; poterne beneficiare tutto l'anno con un comfort quasi "indoor" è il leitmotiv che domina una consulenza di successo. Il primo passo è interpretare lo spazio, per poi individuare le coperture (e di conseguenza le personalizzazioni) che meglio vi si adattano. Per interfacciarsi con un patrimonio architettonico come quello italiano è fondamentale avere conoscenza del prodotto e della sua versatilità, anche in presenza di vincoli edilizi. Un aspetto che le tende da sole e le pergole Pratic hanno sublimato con un design minimale e del tutto personalizzabile, che sa affiancarsi a capolavori del passato e del presente. La sfida di ogni progetto è integrare l'esistente con la funzionalità della soluzione».

Per navigare questo processo e orientarsi tra la varietà di opzioni disponibili, sottolinea Gallina, la consulenza integrata diventa lo strumento che assicura uno sviluppo fluido e un risultato impeccabile.

«Uno dei valori aggiunti di Pratic risiede proprio nella sua esperienza di oltre sessant'anni nel settore e nella capacità di sviluppare realizzazioni complesse. Il ruolo del Project Account è quello di agire da filtro dinamico tra le esigenze di clienti e progettisti, e incrociarle con le potenzialità delle coperture Pratic. Questa figura non è che la punta dell'iceberg di una struttura ampia, che coinvolge tecnici professionisti sul campo, uffici per la definizione degli standard qualitativi e servizi post-vendita».

A parlare sono soprattutto le referenze di pregio, collezionate dall'azienda negli anni, come il dehors bioclimatico studiato per il boutique hotel San Michele Suite a Polignano a Mare.

«In una piccola struttura ricettiva di lusso, due moduli custom della pergola Brera hanno dato vita a una terrazza accogliente e multifunzionale, dalla quale godere della vista sul fiordo di Lama Monachile. Il vantaggio è la possibilità di aprire e chiudere l'intero ambiente, dalla copertura alle tende verticali, per trasformare lo spazio in relazione a stagioni ed esigenze. Il tutto con un'estetica che si integra perfettamente in un panorama celebre in tutto il mondo». ●

A central theme is the importance of a respectful and flexible interaction with the landscape, customized to specific usage requirements.

«Our land boasts unique panoramas; enjoying them throughout the year with "indoor-like" comfort is the guiding principle in a successful consultancy project. The initial step involves interpreting the space and identifying the shading solutions (and consequent customizations) that best suit the application. A deep understanding of the product and its versatility is essential to engage with an architectural heritage like Italy's, even in the face of construction constraints. Pratic's awnings and pergolas have mastered this, featuring a minimal and entirely customizable design that seamlessly complements past and present masterpieces. The challenge of each project lies in integrating the existing elements with the functionality of the solution».

According to Gallina, to navigate this process and sift through the array of available options, integrated consultancy emerges as the vital tool ensuring smooth development and impeccable results.

«One of Pratic's value-added strengths is rooted in its over sixty years of industry experience and ability to develop complex solutions. The role of the Project Account serves as a dynamic filter, bridging the gap between the clients' and designers' needs and aligning them with the potential of Pratic's shading solutions. This role merely scratches the surface of a much more complex structure, involving skilled technicians in the field, offices dedicated to defining quality standards, and post-sales services».

Speaking volumes about this are the prestigious customers acquired by the company over the years, such as the bioclimatic outdoor space designed for the boutique hotel San Michele Suite in Polignano a Mare.

«In a small luxury accommodation, two custom modules of the Brera pergola have created a welcoming and multifunctional terrace, offering views of the Lama Monachile fjord. The advantage lies in the ability to open and close the entire space, from the roof to the drop-down awnings, transforming the space based on seasons and needs, all with aesthetics that seamlessly integrates into a world-renowned panorama». ●



Hotel diffuso, sostenibilità concentrata

Nessun edificio unico, la reception è da remoto e le singole camere si trovano all'interno delle architetture più disparate: dagli chalet ai trulli, fino alle dimore tradizionali, come accade allo Yagake-ya Inn (Okayama, Giappone) che permette di immergersi in tutta l'autenticità di un antico villaggio giapponese, senza per forza rinunciare a comfort e servizi, che spesso ricalcano quelli delle migliori strutture ricettive.

L'albergo diffuso è un modo autentico per vivere la cultura e il patrimonio artistico di un luogo, con un'attenzione all'ambiente. Questi hotel permettono una riqualificazione del patrimonio edilizio storico, che viene efficientato sul piano energetico e mantenuto con cura, diventando – di fatto – una risorsa rinnovabile, oltre a dare nuovo dinamismo ai borghi storici sempre meno abitati.

Qualche dato? Oggi sono circa 250 in Italia gli alberghi diffusi stimati dall'Associazione Alberghi Diffusi. Un'eccellenza in crescita, amata soprattutto dagli stranieri, che nel 2022 hanno rappresentato il 53% degli ospiti.

The scattered hotel: concentrated sustainability

In a scattered hotel, there is no single building; the reception operates remotely, and individual rooms are nestled within various architectural structures, ranging from chalets to trulli and traditional homes. Take Yagake-ya Inn (Okayama, Japan), for example, where guests can immerse themselves in the authenticity of an ancient Japanese village without necessarily forgoing comfort and services, often comparable to those found in the finest accommodations.

The scattered hotel concept offers an authentic way to embrace a location's culture and artistic heritage, with a particular focus on the environment. These hotels promote the renovation of historical building heritage, making them energy-efficient and well-maintained, transforming them into renewable resources, and injecting new life into historic villages experiencing depopulation.

A few numbers? Currently, there are approximately 250 scattered hotels in Italy, estimated by the Scattered Hotels Association. This trend is on the rise, particularly favored by international visitors, who constituted 53% of guests in 2022.

Un'intuizione tutta friulana

L'albergo diffuso nasce in Carnia all'indomani del terremoto del 1976 che devastò i territori montani del Friuli Venezia-Giulia. Durante la ricostruzione post sisma si pensò a come valorizzare le dimore tornate agibili in paesi e borghi ormai soggetti allo spopolamento, trovando la soluzione in un'ospitalità nuova e immersiva.

Fu proprio la località montana di Sauris a vedere la nascita del primo albergo diffuso, ancora oggi tra gli esempi più apprezzati in Italia. Un modello in seguito messo a punto dal docente di marketing turistico Giancarlo Dall'Ara e riconosciuto in modo formale nel 1998 in Sardegna. A lodarne l'idea virtuosa, niente meno che le riviste Forbes e New York Times.

A Friuli-based idea

The concept of the scattered hotel was born in Carnia in the aftermath of the 1976 earthquake that devastated the mountainous regions of Friuli Venezia-Giulia. During the post-earthquake reconstruction, the thought went to how to give value to habitable homes in depopulated villages and towns, leading to the innovative concept of immersive hospitality.

The mountainous hamlet of Sauris witnessed the birth of the first scattered hotel, still among the most appreciated examples in Italy. This model was later refined by tourism marketing professor Giancarlo Dall'Ara and formally recognized in 1998 in Sardinia. Forbes and The New York Times praised this virtuous idea.



Tra stelle e trulli pugliesi. Connect rivoluziona l'accoglienza outdoor

Project	DELCO SERVICE
Place	OSTUNI, ITALY
Year	2022
Product	CONNECT

*Among the stars and
Apulian trulli: the Connect
pergola revolutionizes
outdoor hospitality*

Connect+Set, comfort e privacy ovunque

Il design specchiato rende Connect uno spazio esclusivo dove poter trascorrere il tempo all'aperto e senza essere visti; una caratteristica che permette alla pergola di assumere qualsiasi funzione a seconda delle necessità. Lounge, bar, area wellness, palestra: i luoghi dell'accoglienza si inseriscono nel paesaggio, grazie anche alla compatibilità con la pedana Set che rende la pergola installabile su terreni anche irregolari.

Connect+Set: comfort and privacy anywhere

The mirrored design makes Connect an exclusive space where one can spend time outdoors without being seen, a feature that allows the pergola to take on any function according to the needs. Lounge, bar, wellness area, gym: hospitality spaces blend into the landscape, thanks to compatibility with the Set platform that allows the pergola to be installed even on uneven terrains.

L'espressione "vivere il paesaggio" assume tutto un nuovo significato all'*Ostuni Mirror, trullo and mirror house*, dove gli spazi dell'accoglienza diventano parte della natura circostante (e viceversa), grazie al design unico della pergola specchiata Connect di Pratic.

La casa vacanze permette infatti di immergersi nell'atmosfera autentica della campagna pugliese, attraverso una struttura che si divide tra gli interni di un antico trullo recentemente ristrutturato e gli ambienti di due pergole bioclimatiche da 31,5 e 14 metri quadri. Grazie all'utilizzo prevalente durante il periodo estivo, caldo e raramente piovoso, la coppia di Connect assume una funzione inusuale per una copertura outdoor: integrate a un'architettura in pietra, che ospita cucina e bagno privato, queste danno forma a una *mirror house* dotata anche di living, sala da pranzo e di un'accogliente camera da letto.

Di giorno, le vetrate Spy Glass riflettono il paesaggio circostante sulla propria superficie, rendendo la pergola impenetrabile a uno sguardo esterno. Una caratteristica che si traduce in versatilità e privacy mai sperimentate prima. L'unico tratto che rivela la presenza di Connect è infatti il suo profilo sottile in alluminio, dai toni corten che richiamano la terra rossa della Puglia. La stessa tonalità caratterizza anche le lame della copertura che, orientabili da zero a 140 gradi, garantiscono il comfort climatico e regolano illuminazione e ventilazione naturali.

L'ultimo tocco di comfort e stile è infine offerto dalle tende verticali Raso, contenute nei profili orizzontali di Connect, e dai Led Line dimmerabili posizionati anch'essi lungo il perimetro della copertura che, alla sera, si riflettono nello specchio della piscina creando uno scenografico gioco di luci.

The expression "living the landscape" takes on a whole new meaning at Ostuni Mirror, trullo and mirror house, where the accommodation spaces become part of the surrounding nature (and vice versa) thanks to the unique design of Pratic's mirrored pergola Connect.

This vacation home allows guests to immerse themselves in the authentic atmosphere of the Apulian countryside thanks to a facility split between the interiors of a recently renovated ancient trullo and two bioclimatic pergolas measuring 31.5 and 14 square meters, respectively. Despite predominantly being used in the warm and rarely rainy summer, the Connect duo serves an unusual function for an outdoor system: integrated with a stone architecture building hosting a private kitchen and bathroom that shape a mirror house with a living area, dining room, and a cozy bedroom.

During the day, the Spy Glass windows reflect the surrounding landscape, making the pergola impenetrable to external views. This feature translates into versatility and privacy never experienced before. The only giveaway of Connect's presence is its slim aluminum profile in corten hues, reminiscent of the red soil of Apulia. This hue also characterizes the blades of the roof, adjustable from zero to 140 degrees, ensuring climatic comfort and regulating natural lighting and ventilation.

The final touch of comfort and style is offered by the Raso drop-down awnings, housed in Connect's horizontal profiles, and the dimmable LED Line positioned along the roof's perimeter. In the evening, these lights reflect in the pool, creating a spectacular game of lights.





Panton Chair
Verner Panton

Trends

Simply iconic

Leggende di un design
senza tempo

I progetti destinati a essere ricordati, ammirati e ricercati nel tempo sono anche quelli che, il tempo, lo hanno saputo leggere e interpretare a fondo. Realizzazioni concepite per soddisfare i bisogni immutabili dell'uomo, per dare forma a un'estetica universale; sempre nel segno dell'innovazione e della creatività.

*Timeless
design legends*

Projects destined to be remembered, admired, and sought after over time are also those that have learned how to read and interpret time thoroughly. Creations conceived to meet the immutable needs of humanity, to give shape to universal aesthetics, always under the banner of innovation and creativity.

Immortale. È così che ambisce a diventare qualsiasi progetto di design, ma per elevarsi allo status di icona, il processo creativo e di sviluppo è tutt'altro che immediato o semplice da raggiungere. L'intuizione – seppur essenziale – non basta; anzi, sono molti gli aspetti di cui tener conto per decifrare il codice della longevità e, se bene analizzati, dimostrano come l'imprevedibilità (di consueto associata alla nascita di un progetto rivoluzionario) lasci invece spazio a una serie precisa di elementi in perfetto equilibrio.

Per un design senza tempo, si inizia infatti proprio dalla comprensione stessa del tempo. Si è spesso portati a pensare che un oggetto o un'architettura iconica debba per forza essere caratterizzata da una forte rottura con il passato, come se l'eternità auspicata si applicasse solo nei confronti del futuro, ma non di ciò che c'era prima.

In verità, i progetti di successo sono quelli che riescono a tenere insieme le tre dimensioni del tempo (passato, presente e futuro) attraverso elementi trasversali.

Non a caso, sul piano estetico, i progetti di maggiore impatto sono quelli che soddisfano i criteri di bellezza determinati in modo biologico dal cervello umano e quindi innati. Forme semplici e simmetriche, ma caratterizzate da elementi dinamici che creano una complessità



Eclisse, Artemide
Vico Magistretti

Immortal. This is the aspiration of every design project. However, to attain the status of an icon, the creative and development process is far from easy or immediate. Intuition, though essential, is insufficient; on the contrary, numerous aspects must be considered to decipher the longevity code. If analyzed thoroughly, they reveal how unpredictability (often associated with the birth of a revolutionary project) gives way to a precise set of elements in perfect balance with each other.

A timeless design commences with an understanding of time itself. There is a typical inclination to believe that an iconic object or architecture must necessarily feature a substantial break with the past, as if the sought-after eternity only applies to the future, not to what existed before.

In truth, successful projects blend the three dimensions of time (past, present, and future) through cross elements.

Not by chance, aesthetically impactful projects meet the criteria of beauty organically created by the human brain and thus innate. Simple and symmetrical shapes, enriched by dynamic elements, create organized complexity, and have consistently stimulated the human brain, yielding pleasant and captivating designs. Similarly, projects that blend the familiar with the new



Spokes, Foscarini
Garcia Cumini

Fiocco, Busnelli
Gianni Pareschi



organizzata, sollecitano da sempre il nostro cervello, risultando piacevoli e accattivanti. Allo stesso modo i progetti che uniscono ciò che è conosciuto a ciò che è nuovo e dirompente, secondo il canone MAYA (Most Advanced Yet Acceptable) sono accolti con favore, perché creano la giusta armonia tra innovazione e design percepiti come noti e rassicuranti.

Sul piano della funzionalità il concetto non cambia: quanto più il progetto appare chiaro, pratico ed efficace nel suo utilizzo, tante più saranno le possibilità che questo diventi longevo. A dimostrarlo sono gli oggetti progettati mettendo al centro l'essere umano e le sue esigenze immutabili. Il comfort, ad esempio, è strettamente legato alla fisicità dell'essere umano che, seppur evolutasi nei secoli, continua a presentare gli stessi tratti caratteristici. Ecco allora che gli arredi che prediligono l'autentica ergonomia vivono a lungo; proprio come la chaise longue LC4 di Le Corbusier o la Panton Chair dell'omonimo designer.

Non fanno eccezione i materiali che, anzi, ora ricoprono un ruolo di primo piano. Se in precedenza l'obiettivo era creare progetti durevoli, le icone moderne devono necessariamente tenere conto anche della circolarità del prodotto, prediligendo materiali sostenibili e rinnovabili che potranno essere utilizzati e prodotti con facilità (e a basso impatto) anche in futuro.

Ultimo, ma non per importanza, è il contenuto. In qualsiasi ambito, le creazioni iconiche portano con sé idee, metafore e ispirazioni capaci di creare spontaneamente uno storytelling coinvolgente che trasforma quello stesso progetto in un simbolo di qualcosa di più alto. A rendere gli oggetti immortali è quindi anche – e soprattutto – l'alto tasso informativo e il valore emotivo che sanno sprigionare. Arredi, architetture, creazioni di moda, e non solo, diventano rappresentativi di un momento nel tempo che, altrimenti, resterebbe effimero; da qui lo scopo di testimonianza del design che racconta, preserva e continua a far emozionare. ●

and disruptive, following the MAYA (Most Advanced Yet Acceptable) principle, are warmly embraced because they strike the right balance between innovation and design perceived as familiar and reassuring.

On the functional level, the concept remains consistent: the more straightforward, more practical, and more compelling a project is in its usage, the more likely it is to stand the test of time. Objects designed to focus on human beings and their unchanging needs embody this. For instance, comfort is closely tied to the physicality of human beings, which, though evolved over the centuries, retains the same characteristic traits. Furniture that prioritizes authentic ergonomics, like Le Corbusier's LC4 chaise longue or the Panton Chair by the designer that goes by the same name, tends to endure.

Materials are no exception and play a prominent role now. While the goal in the past was to create durable projects, modern icons must also consider product circularity, favoring sustainable and renewable materials that can be easily used and produced (with low impact) in the future.

Last but not least is the content.

In every domain, iconic creations carry ideas, metaphors, and inspirations that can spontaneously weave engaging stories, transforming a project into a symbol of something greater. Therefore, what makes objects immortal is also, above all, the wealth of informational content and the emotional value they can evoke. Furniture, architecture, fashion creations, and more become representatives of a specific moment in time that would otherwise be fleeting. Thus, the purpose of design serves as a testimony that recounts, preserves, and continues to excite. ●



Alvar Aalto Collection, Iittala
Alvar Aalto

L'arredo da collezione, in tre regole auree

Per gli amanti del design, gli arredi da collezione sono un vero must che non può mancare in nessun progetto di interior. Per abbinarli al meglio, ecco tre regole da seguire con precisione:

CREARE PUNTI FOCALI

Un singolo pezzo di design può diventare il grande protagonista dello spazio, se circondato da un arredo minimale e pulito che guida naturalmente lo sguardo verso il complemento desiderato.

1

CREATE FOCAL POINTS

A single piece of design can become the focal point of a space if surrounded by minimal and straightforward furniture, naturally directing attention to the desired element.

SCEGLIERE UN FIL ROUGE

Quando ci si trova a incorporare più arredi di grande importanza, è fondamentale mantenere un tema unico per l'intero ambiente. Può trattarsi dello stile, dell'epoca a cui appartiene ciascun pezzo o della palette cromatica; elementi che uniscono naturalmente le scelte di design sotto uno stesso linguaggio armonico.

2

CHOOSE A COMMON THREAD

When incorporating multiple significant furniture pieces, it is crucial to maintain a consistent theme throughout the entire space. This could revolve around a style, an era, or a color palette, all elements that naturally combine design choices under a cohesive language.

BILANCIARE LA PRATICITÀ

I progetti iconici sono solitamente *one size*, ecco perché è importante abbinarli a mobili e complementi su misura che valorizzano la funzionalità e il comfort dell'ambiente.

3

BALANCE PRACTICALITY

Iconic projects are usually designed to be "one size items", which is why it is important to pair them with custom furniture and accessories that give value to the functionality and comfort of the environment.



Icone di due generazioni: dalla cappottina all'“Opera” bioclimatica

Correva l'anno 1960 quando Bruno e Giuseppe Orioli, fondatori nello stesso anno di Pratic, ebbero l'intuizione per il loro primo prodotto nel settore degli ombreggianti: un telaio impacchettabile e rivestito con un tessuto in tensione che, da lì a poco, avrebbero poi brevettato con il nome di tenda a cappottina. Poste a protezione di finestre e vetrine commerciali, le nuove schermature hanno iniziato a riscuotere il proprio successo, tanto da diventare un autentico simbolo in tutta Europa, dove tutt'ora la cappottina viene chiamata quasi con ossequio “Pratic”. Dagli anni Settanta i modelli si sono evoluti, sviluppando la tecnologia delle moderne tende a bracci estensibili, ma l'innovazione non ha dimenticato anche la cappottina che oggi si dota di telai leggeri in alluminio, tessuti tecnici di tendenza e automazioni domotiche. Il design, invece, rimane lo stesso delle origini: essenziale, ricercato, senza tempo.

Circa cinquant'anni dopo quella prima invenzione e sotto la guida della seconda generazione di fratelli Orioli, si sviluppa invece l'idea di un'icona moderna dell'outdoor: una struttura progettata non solo per creare ombra, ma per beneficiare della vita all'aria aperta il più a lungo possibile. Nasce così Opera, la prima pergola bioclimatica di Pratic che, al posto della tradizionale copertura in PVC, impiega lame frangisole in alluminio, orientabili da zero a 140 gradi, per regolare illuminazione, ricircolo dell'aria e temperatura in modo del tutto naturale. Un comfort sostenibile che, in modo innato, soddisfa le esigenze di benessere immutabili dell'essere umano, combinando visione panoramica e desiderio di protezione, biofilia e accesso alla luce naturale. Dopo più di un decennio, infatti, il design di Opera rinnova la sua efficacia nel tempo, rivelandosi estremamente innovativa, tanto da rappresentare ancora uno dei best seller dell'azienda e da ispirare l'evoluzione delle nuove pergole bioclimatiche.



The Icons of two generations: from the dome to the bioclimatic “Opera”

In 1960, Bruno and Giuseppe Orioli, co-founders of Pratic, had the vision for their first shading product: a collapsible frame upholstered with tensioned fabric that soon after they patented as a “tenda a cappottina” (dome awning). Initially designed for shielding windows and commercial storefronts, these innovative awnings swiftly gained popularity, evolving into a veritable symbol across Europe. To this day, the awning is still called a “Pratic” paying homage to the company that invented it. As models advanced over the years, incorporating the technology of contemporary retractable awnings, innovation also extended to the dome. Now, it boasts

lightweight aluminum frames, fashionable technical fabrics, and home automation. The design, however, has remained loyal to its roots: essential, sophisticated, and timeless.

Nearly fifty years after the initial invention, under the leadership of the second generation of Orioli brothers, the concept of a modern outdoor icon emerged – a structure intended to provide

shade and maximize outdoor living. Thus “Opera”, Pratic’s first bioclimatic Pergola, was born. Departing from the traditional PVC roof, it employs aluminum sunshading blades, adjustable from zero to 140 degrees, to naturally adjust lighting, air circulation, and temperature. This sustainable comfort inherently addresses the ever-lasting well-being needs of human beings, blending panoramic views with a yearning for protection, biophilia, and access to natural light. After over a decade, Opera has renewed its timeless effectiveness, proving highly innovative and continuing to represent one of the company’s bestsellers. It is still the inspiration for the evolution of new bioclimatic pergolas.



INTERVIEW

Per durare, il design deve sfuggire alle mode

For a lasting impact, design must transcend trends

Intervista a Constance Guisset,
designer e fondatrice del
Constance Guisset Studio

*An interview with Constance Guisset,
designer and founder of
the Constance Guisset Studio*

Dalla progettazione di oggetti all'interior design, fino alla creazione di scenografie per spettacoli ed esibizioni, la firma di Constance Guisset è sinonimo di ergonomia, delicatezza e fantasia. Una ricerca costante del movimento attraverso la leggerezza e la sorpresa, che difende al contempo un'esigenza di comfort e accoglienza per il corpo.

La designer francese, che nel 2009 ha aperto il proprio studio parigino, ha saputo in pochissimo tempo incantare il settore con progetti immaginifici e prestigiose collaborazioni insieme ai grandi nomi internazionali dell'editoria d'arredo. Spazi e oggetti che stupiscono per la loro innata contemporaneità, e attraverso i quali Constance Guisset rivela la propria interpretazione di un design senza tempo.

From object creation to interior design and stagecraft for shows and exhibitions, Constance Guisset's signature symbolizes ergonomics, grace, and imagination. Her work is characterized by a constant exploration of movement through lightness and surprise while simultaneously meeting the need for comfort and welcoming spaces for the body.

The French designer established her Paris-based studio in 2009 and quickly conquered the industry with imaginative projects and prestigious collaborations with international furniture design leaders. Spaces and objects that surprise for their innate modernity embody Constance Guisset's interpretation of timeless design.

Agli oggetti di design viene chiesto sempre più spesso di resistere alla prova del tempo. Cosa significa questo per un designer e come affrontare questo compito all'interno delle creazioni?

«Esattamente, agli oggetti chiediamo di essere durevoli, è giusto che sia così! Questa è una delle principali responsabilità del progettista, ed esistono diversi modi per rispondere a questo problema. È ovviamente importante prestare attenzione ai materiali, alla loro provenienza, alla loro resistenza, alle possibilità di riciclo. Il processo di produzione e il trasporto sono poi ovviamente punti essenziali. Ma l'obsolescenza non è solo tecnica, può anche essere visiva. Per ancorarsi nel tempo, il design stesso deve sfuggire alle mode».

In un contesto di rapida alternanza di tendenze, come è possibile esprimere una contemporaneità duratura, e che ruolo gioca la classicità?

«Il classicismo rappresenta un concetto che ritengo essere molto importante per me. Non si tratta di entrare in un canone o di rispettare principi rigidi. Bisogna immaginare, sperimentare, sognare, proporre nuove forme. Ma le linee dei nostri oggetti non devono cedere all'aneddoto, alla moda. Non dovrebbero poter essere datati facilmente. Ed è esattamente qui che ci vuole una dose di classicità, un tratto destinato a durare nel tempo».

La lampada Vertigo è una delle sue prime creazioni e continua ancora oggi a rappresentare un autentico bestseller. Come è nato questo progetto e cosa pensa che abbia portato al suo grande successo?

«La lampada Vertigo è stata una sorpresa sotto ogni aspetto. La forma è emersa mentre stavo lavorando a un compito quando ero ancora una studentessa. L'esercizio si è concentrato sulla cabina. Ho cercato di proporre la mia versione purificandola il più possibile, conservandone solo l'essenza. Sono quindi arrivata a questa forma avvolgente, che suggerisce uno spazio di intimità senza compartimentarlo. Dopo numerose prove il modello si è storto e sono rimasta colpita dalla forma che si era venuta a creare. In quel momento ho avuto la netta intuizione che stava succedendo qualcosa di cruciale e che avrebbe potuto ottenere

More and more often, signature items are expected to endure the test of time. What does this mean for a designer, and how do you approach this challenge in your creations?

«Exactly, we ask objects to be durable, which is the right thing to expect! This is one of the primary responsibilities of a designer, and there are various ways to address this issue. Of course, paying attention to materials, their origin, durability, and recyclable potential is very important. The production process and transportation are also key considerations. However, obsolescence is not solely a technical aspect. It can also be a visual one. Design must transcend trends to anchor itself in time».

In this context of rapidly changing trends, how can enduring modernity be expressed, and what role does classicism play?

«Classicism is a concept that I consider very important. It is not about conforming to a rule or a rigid principle. You have to imagine, experiment, dream, and offer new shapes. However, the lines of our objects should not succumb to fashion. They should not be easily dated. This is precisely where a touch of classicism is needed – a feature destined to endure over time».



Ginza perfume bottle, Shiseido

The Vertigo lamp, one of your early creations, continues to be a bestseller. How did this project originate, and what contributed to its great success?

«The Vertigo lamp was a surprise in every way. The shape emerged while I was still a student and working on an assignment. The project focused on a cabin. I tried to offer my version by streamlining it as much as possible, retaining only the essence. Then, I reached this enveloping shape that created an intimate space without compartmentalizing it. After several attempts, the model I was working on twisted, and I was struck by the shape that had been created. At that time, I had my eureka moment. I understood something very important was happening, which could have been appreciated. However, finding someone to embrace it was not easy. My meeting with Amélie du Passage, who was launching her Petite Friture brand then, was key. Success was built over the years. It was neither predictable nor dazzling».

Surprise Party,
Institut Français Milano



Dopo un percorso di studi in scienze politiche ed economiche, Constance Guisset sceglie di dare una coraggiosa svolta alla propria carriera, diplomandosi nel 2007 alla scuola di design ENSCI. L'esordio è brillante e all'insegna di talento e creatività: già nel 2008 Guisset vince il Grand Prix du Design de la Ville de Paris e il Prize for the Public of the Design Parade a La Villa Noailles, mentre nel 2010 appare tra i "dieci designer dell'anno", vincendo anche l'Audi Talents Award.

La prima di molte mostre monografiche apre le porte nel 2012 alla Chapelle des Calvairiennes, per poi replicare al Centre d'Art Contemporain du Pays de Mayenne, al Mudac di Losanna, al Musée des Arts Décoratifs di Parigi e presso la Villa Noailles a Hyères. Nel 2023, l'Institut Français di Milano invita la designer a presentare il suo lavoro in un'inedita esposizione celebrativa in occasione del Salone del Mobile.

After completing her political and economic sciences studies, Constance Guisset boldly decided to redirect her career, graduating in 2007 from the design school ENSCI. Her debut was extraordinary, characterized by her talent and creativity. In 2008, Guisset had already won the Grand Prix du Design de la Ville de Paris and the Prize for the Public at the Design Parade in La Villa Noailles. In 2010, she was included among the "Ten Designers of the Year" and won the Audi Talents Award.

The first of her many solo exhibitions opened its doors in 2012 at the Chapelle des Calvairiennes, subsequently being featured at the Centre d'Art Contemporain du Pays de Mayenne, Mudac in Lausanne, the Musée des Arts Décoratifs in Paris, and the Villa Noailles in Hyères. In 2023, the Institut Français in Milan invited the designer to present her work in a unique celebratory exhibition during the Salone del Mobile expo.



Lepida Chair,
Woak



consensi. Tuttavia, trovare un editore non è stato facile. Decisivo, in questo senso, è stato l'incontro con Amélie du Passage che all'epoca stava lanciando il marchio Petite Friture. Il successo è stato poi costruito negli anni. Non era né prevedibile né abbagliante».

Nella società moderna, dove la permanenza degli oggetti è spesso legata al consumo, quale pensa sia il ruolo del designer?

«Il designer arriva per migliorare la vita di tutti i giorni, ma secondo me anche per mettere in discussione ciò che sembra ovvio. Perché i nostri mobili hanno angoli acuti e aggressivi? Non vivremo meglio con angoli ammorbiditi? Viviamo in un mondo fatto di oggetti, ognuno di questi dice qualcosa di noi e ha anche un'influenza su di noi. Possono persino aprire la nostra immaginazione e sorprenderci. Questo è ciò che spero di offrire nel mio lavoro».

Parlando del passare del tempo, dopo quasi 15 anni di carriera, quali sono i progetti che ancora le piace di più realizzare?

«Ogni progetto è un'avventura in sé. Oggetto, architettura d'interni, allestimento per una mostra, scenografia espositiva... mi sorprendo ogni volta, dagli incontri, dai brief, dai soggetti. Ecco, spero di essere sorpresa ancora a lungo». ●

In modern society, where the longevity of objects is often tied to consumption, what do you think is the designer's role?

«The designer aims to improve everyday life and, in my opinion, also to question the obvious. Why does our furniture have sharp and aggressive angles? Wouldn't we live better with rounded corners? We live in a world made of objects, each of which says something about us and influences us. They can open our imagination and surprise us. This is what I hope to offer in my work».

Speaking of the passage of time, after almost 15 years of career in this field, which projects do you still enjoy creating the most?

«Every project is an adventure, be it an object, interior architecture, exhibition setup, or a stage. I am surprised every time by the encounters, briefs, and subjects. So, I hope to keep being surprised for a long time». ●



Vertigo,
Petite Friture

Materials

Aluminum

allure

La tutela ambientale comincia da un'edilizia rinnovabile

Ridurre, riciclare, riutilizzare. Per costruire in modo sostenibile e abbattere l'impronta ecologica dell'edilizia, il mondo della progettazione si affida ai materiali naturali e circolari, che non lasciano al caso estetica e funzionalità.

Environmental protection starts from a renewable construction industry

Reduce, recycle, reuse. To build sustainably and minimize the construction industry's carbon footprint, the design sector relies on natural and circular materials that carefully balance aesthetics and functionality.

Soumaya Museum, Mexico City
Fernando Romero



Messe Basel New Hall, Basel
Herzog & De Meuron

L'urgenza insopprimibile di ridurre l'inquinamento ambientale fa crescere l'attenzione individuale verso stili di vita sostenibili.

Dall'alimentazione consapevole alla riduzione della plastica, fino all'attenzione agli sprechi e agli sforzi per il riciclo dei materiali, la comunicazione ecologica è ogni giorno più ricca di contenuti e di "tips" per limitare la propria impronta ecologica, anche a livello micro.

Ma cosa accade quando invece ci si concentra sul livello macro? A determinare la maggior parte delle emissioni mondiali di CO₂ è la nostra seconda e terza pelle. Stiamo parlando naturalmente dell'industria della moda e dell'edilizia, tra le più inquinanti a livello globale. Se la prima vede nel *fast fashion* e nelle produzioni poco etiche e sostenibili il problema principale, la seconda si macchia da sola di oltre un terzo delle emissioni di anidride carbonica e della stessa percentuale di consumo di energia e acqua potabile; non solo, è anche la destinataria di oltre la metà delle estrazioni di materie prime.

Da qui la necessità di ripensare l'approccio al settore attraverso soluzioni innovative che non prendono in considerazione solo i consumi energetici degli edifici, bensì l'intera filiera produttiva "cradle-to-grave", ovvero dalla scelta dei materiali al loro fine vita.

A venire in soccorso è la bioedilizia, la progettazione e realizzazione di edifici attraverso materiali spesso naturali e sempre rispettosi dell'ambiente, che riducono il consumo di acqua ed energia, e – non ultimo – che tutelano la salute delle persone che ne fruiscono. Sul podio dei materiali maggiormente utilizzati troviamo il legno, l'acciaio verde (prodotto con energia pulita e processi a basso impatto) e l'alluminio, un materiale rinnovabile o, più precisamente, permanente che assicura ottime performance e grande rispetto ambientale.

The pressure and undeniable need to reduce environmental pollution is spreading awareness of sustainable lifestyles. From mindful eating to minimizing plastic usage, waste reduction, and material recycling, eco-friendly communication is becoming abundant in content and tips for reducing one's environmental footprint, even at the micro level. But what happens when we shift our attention to the macro level? Most global CO₂ emissions are due to our second and third skin, meaning the fashion and construction sectors, which are recognized as among the most polluting globally. While the former grapples with issues such as fast fashion and unethical, unsustainable production practices, the latter is marred by over a third of carbon dioxide emissions and an equal percentage of energy and freshwater consumption. Furthermore, it bears the weight of over half of raw material extractions.

This underscores the imperative need to reconsider our approach to the sector, introducing innovative solutions that encompass not only the energy consumption of buildings but also the entire "cradle-to-grave" production chain – from material selection to end-of-life considerations.



Art Gallery of Ontario, Toronto
Frank Gehry

Green buildings come to the rescue thanks to their design and construction with often natural and eco-friendly materials that reduce water and energy consumption, prioritizing the health and well-being of their occupants. At the forefront of commonly used materials in green building are wood, green steel (produced using clean energy and low-impact processes), and aluminum – an inherently renewable or, more precisely, permanent material that ensures outstanding performance and eco-friendliness.

Aluminum, originating from the bauxite mineral, is a 100% recyclable material, endlessly capable of being recycled with minimal energy consumption, making it an ideal choice for sustainable construction. Moreover, its combination of lightweight properties and corrosion resistance swiftly positioned it as one of the

Ricavato dal minerale della bauxite, l'alluminio è riciclabile al cento per cento, per un numero infinito di volte e con un basso dispendio energetico, caratteristica che già da sola lo rende ideale per un'edilizia rinnovabile. Non solo, la sua leggerezza e resistenza alla corrosione ne ha fatto presto uno dei materiali più efficaci per l'utilizzo outdoor, assicurando un'altissima durabilità sia dal punto di vista delle performance strutturali che da quello estetico. Non a caso, l'alluminio è il materiale preferito per la realizzazione di tende da sole e pergole, come anche per finestre, serramenti e rivestimenti cinetici: questo perché la sua conducibilità termica è molto bassa e permette di ottenere standard di isolamento tra i migliori del settore. In questo modo è possibile mantenere la temperatura interna agli edifici con facilità, impiegando meno energia e, di conseguenza, abbattendo i consumi.

A completare i *plus* di questo materiale c'è la sicurezza, in quanto esso è incombustibile e classificato nella categoria A1. Il suo punto di fusione è attorno ai 650°C e non genera fumo ma, al contrario, mitiga la propagazione di eventuali incendi ed evita di disperdere componenti tossiche nell'ambiente. L'alluminio può infatti essere facilmente trattato con sostanze sicure per l'uomo e per l'ambiente che permettono una vasta gamma di customizzazioni di design: dalla classica verniciatura alle finiture effetto corten o legno. Una versatilità stilistica e d'impiego che lo inserisce a pieno titolo tra i materiali del futuro. ●

most efficient materials for outdoor applications, ensuring extraordinary durability both in terms of structural performance and aesthetics. Not by chance, aluminum has become the material of choice for crafting awnings, pergolas, windows, doors, and kinetic coverings due to its remarkably low thermal conductivity, contributing to insulation standards that rank among the best in the industry. This characteristic makes it possible to maintain the indoor temperature of buildings easily controlled, using less energy and thus reducing consumption.

The safety features of aluminum further enhance its appeal, given its non-combustible nature and classification in category A1. With a melting point set at around 650°C, it not only avoids smoke generation but also curtails the potential spread of fires and prevents the release of toxic fumes into the environment. Aluminum lends itself easily to treatment with safe substances for human beings and the environment, offering a broad spectrum of design customizations – from traditional varnishing to corten or wood effect finishes. Its stylistic versatility and ease of use make aluminum one of the materials of the future. ●



Titanic Belfast, Belfast
Eric Kuhne

Fish Creek Library,
Calgary



Sua altezza Burj Khalifa. Il grattacielo più alto è record di sostenibilità

Dalla sua inaugurazione nel 2010, il Burj Khalifa detiene il record del grattacielo più alto del mondo, grazie a 163 piani e 829 metri di altezza. Un edificio diventato subito simbolo della città di Dubai, con la sua ricchezza e il suo stile architettonico votato alla modernità.

La silhouette scintillante del grattacielo è tra le più riconoscibili a ogni latitudine, composta da oltre 26mila pannelli di vetro e alluminio: un rivestimento progettato anche per ottimizzarne le performance energetiche, visto che i pannelli solari che circondano la facciata provvedono a riscaldare oltre 140mila litri di acqua al giorno, con un risparmio pari a 3.200 chilowatt ogni 24 ore. Non solo, la condensa delle unità di aria condizionata viene utilizzata per raffreddare l'acqua potabile, raccolta in un serbatoio di irrigazione che costituisce un elemento di design del palazzo.

Secondo la società Green Globe, il Burj Khalifa è infatti tra i grattacieli campioni di sostenibilità, tanto da ottenere sette stelle di ranking e costituire un modello virtuoso per una crescita economica e urbana *eco-friendly*. Un'opera che guarda a un'idea consapevole del lusso, con suite di design, il massimo della tecnologia domotica e la sensazione unica di poter toccare il cielo.

His Highness Burj Khalifa. The tallest skyscraper beats the records for sustainability

Since its inauguration in 2010, Burj Khalifa has held the title of the world's tallest skyscraper, boasting 163 floors and a height of 829 meters. It quickly became an emblem of Dubai, symbolizing its opulence and architectural dedication to modernity.

The dazzling silhouette of the skyscraper, comprising over 26,000 glass and aluminum panels, is among the most globally recognized. This cladding is also designed to optimize energy performance, with the solar panels surrounding the façade heating over 140,000 liters of water daily, saving 3,200 kilowatts every 24 hours. Additionally, the condensation from the air conditioning units is used to cool drinking water collected in an irrigation tank that serves as a signature element of the building.

According to the Green Globe company, Burj Khalifa is one of the best examples of sustainable skyscrapers, earning a seven-star rating and serving as a virtuous model for eco-friendly economic and urban growth. It is a masterpiece that embraces a conscious concept of luxury, featuring designer suites, cutting-edge home automation technology, and the unique feeling of touching the sky.



La casa ritorna naturale

Non sempre è possibile sostituire i tradizionali materiali edili con alternative naturali e rinnovabili, ma negli ultimi anni si sono moltiplicate le “eco-soluzioni” per una casa green. Tra gli esempi di maggiore successo ci sono quelli che coinvolgono il cappotto termico, solitamente realizzato con blocchi di polistirolo, un materiale plastico che seppur efficace dal punto di vista termico non risolve i problemi legati all’umidità. Al suo posto arrivano materiali del tutto naturali, come le radici dei funghi che, grazie alla loro capacità di estensione, sostituiscono le classiche schiume isolanti. Lo stesso vale per gli involucri del riso e per la lana di pecora, materiali autenticamente “bio”, che fanno respirare le mura e hanno l’importante beneficio di assorbire la CO₂ migliorando la qualità dell’aria per gli inquilini della casa.

The home goes back to nature

It is not always possible to replace traditional building materials with natural and renewable alternatives. However, in recent years, there has been a proliferation of “eco-solutions” for a greener home. Among the most successful examples are those involving thermal insulation, typically made with polystyrene blocks, a plastic material that, while effective thermally, does nothing to address humidity-related issues. In its place, entirely natural materials, such as mushroom roots, replace conventional insulating foams due to their expansion capacity. The same applies to rice husk and sheep’s wool, which are organic materials that allow walls to breathe and provide the significant benefit of absorbing CO₂, thereby improving indoor air quality for the home’s occupants.

Stile mix&match. Due combinazioni “must”

Nel design di interior e per l’outdoor, l’alluminio assicura performance, fascino e uno stile essenziale. Ecco come abbinarlo al meglio per creare effetti suggestivi e sempre cento per cento sostenibili:

Alluminio + legno.
L’ideale per arredi moderni che non rinunciano a un’atmosfera calda e accogliente.

Alluminio + vetro.
Il binomio contemporaneo dall’effetto pulito ed essenziale.

Mix & match style. Two “must-have” combinations

Whether in interior or outdoor design, aluminum delivers performance, charm, and an essential style. Discover effective combinations for creating fascinating and fully sustainable effects:

Aluminum + wood.
Ideal for modern furnishings that do not compromise on a warm and welcoming atmosphere.

Aluminum + glass.
A contemporary pairing with a clean and essential effect.



Outdoor sostenibile, in stile “cabrio”

Sustainable outdoor living, “convertible” style



Rinnovabile, resistente e personalizzabile, l'alluminio è il materiale che da sempre firma le realizzazioni outdoor di Pratic, dalle prime tende da sole alle innovative pergole di design. Come la nuovissima bioclimatica Carrera, la prima dotata di una copertura con lame alternate, fisse e mobili, che rivoluziona i tradizionali sistemi di ombreggiatura.

Con un gesto, le lame mobili in alluminio si sollevano e scorrono fino a scomparire al di sopra di quelle fisse in un allineamento perfetto; a seconda dell'inclinazione dei raggi solari o dell'apporto di luce desiderato, le lame si spostano da destra a sinistra e viceversa, superando il perimetro della lama fissa per

fermarsi in qualsiasi posizione intermedia. Una tecnologia che, unita ai sensori meteo permette a Carrera di regolare il proprio movimento insieme a quello dei raggi solari, dall'alba al tramonto, generando un comfort luminoso superiore, abbinato al piacevole ricircolo dell'aria tipico delle più avanzate bioclimatiche Pratic.

Ma l'introduzione delle lame fisse amplia anche le potenzialità di allestimento, con la possibilità di sfruttare la copertura della pergola per l'installazione di elementi sospesi come lampadari, sistemi di riscaldamento, impianti stereo e molto altro. Il tutto ovviamente in abbinamento ai sistemi domotici e i migliori optional Pratic.

Renewable, durable, and customizable, aluminum has always been the defining material for Pratic's outdoor creations, ranging from the earliest awning models to innovative design pergolas. An example is the brand-new bioclimatic pergola Carrera, the first equipped with a roof featuring alternating fixed and movable blades, revolutionizing traditional shading systems.

With a simple touch, the aluminum movable blades lift and slide to disappear above the fixed ones in perfect alignment. Depending on the sunlight angle or the desired light input, the blades move from right to left and vice versa, going past the perimeter of the fixed blade to stop at any intermediate position.

This technology, combined with Pratic's weather sensors, allows Carrera to adjust its movement according to sunlight, from dawn to dusk. It creates superior lighting comfort paired with the pleasant air circulation typical of Pratic's most advanced bioclimatic pergolas.

The introduction of fixed blades also expands the setup possibilities, providing the opportunity to use the pergola's roof for installing suspended elements such as chandeliers, heating systems, stereo systems, and much more. All of this in conjunction with Pratic's home automation systems and the finest optional features.

Sotto la pergola, i più eleganti Living... Series

Open air, ma con tutto lo stile dell'interior design. Per l'arredo delle pergole e degli spazi outdoor, Pratic ha ideato *Living Series*, una gamma di complementi funzionali per vivere all'aperto con ancora maggiore comfort e raffinatezza. Prima tra le novità è il sistema di scaffalature modulari in alluminio e vetro, installabile lungo i profili orizzontali o sulle lame fisse della pergola. Da realizzare con configurazioni totalmente su misura e nella propria cromia preferita, quest'ultimo assicura ottime performance di durevolezza e resistenza a raggi UV, salsedine, maltempo e sbalzi termici. Per un dehors sempre curato nel minimo dettaglio.

Beneath the pergola, the elegance of the Living... Series

Open-air living with the sophistication of interior design. Pratic is proud to introduce the *Living Series*, a collection of practical accessories designed to enhance outdoor living with greater comfort and elegance. At the forefront of the innovations is a modular aluminum and glass shelving system, which can be installed along the horizontal profiles or on the fixed blades of the pergola. Customizable with configurations tailored to individual preferences and color choices, this system guarantees exceptional durability and resistance to UV rays, salt air, adverse weather, and temperature fluctuations, ensuring meticulous attention to detail for any outdoor space.



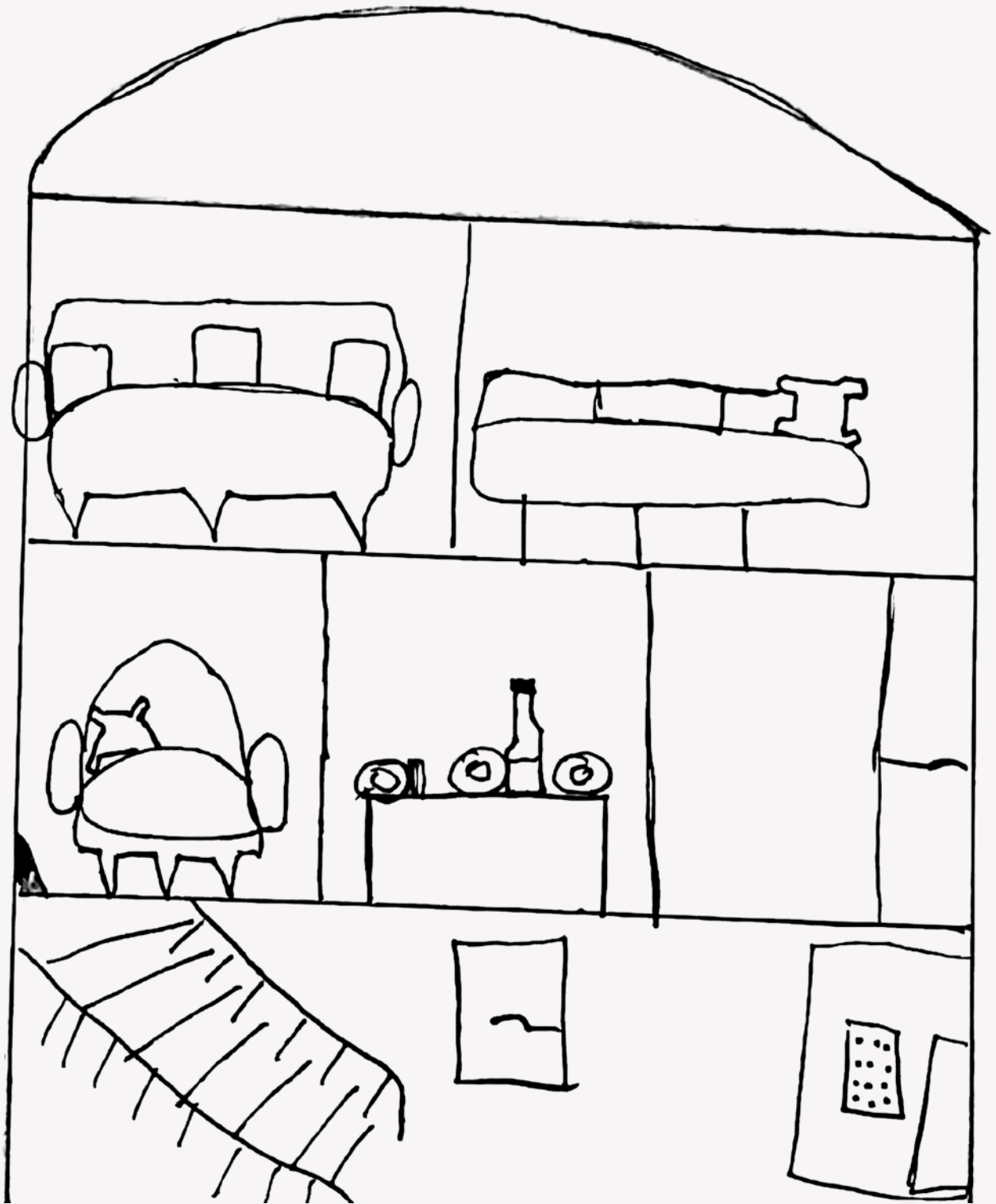
Extra Design **Drawing the future**

Il design di domani,
dalla penna dei bambini

Non è solo fantasia. Le case che in futuro ci renderanno più felici sono quelle che abbiamo immaginato (e disegnato) da piccoli. A svelare le prossime linee della progettazione architettonica sono proprio i disegni dei bambini – e le neuroscienze.

*Tomorrow's designs,
from the pen of children*

It is not just imagination. The homes that will bring us joy are the ones we imagined (and drew) as children. Their drawings – and neuroscience – reveal the future trends in architectural design.



INTERVIEW

Tempo, spazio, azione.

La realtà infantile in tre dimensioni

Time, space, action: Children's reality in three dimensions

Intervista a Officina Educativa,
Servizi Educativi Territoriali
per il diritto all'educazione e allo
studio del comune di Reggio Emilia

*An interview with Officina Educativa,
the Local Educational Services
for the right to education and study
of the municipality of Reggio Emilia*

Non c'è spazio senza tempo o tempo senza spazio, e per i bambini le due dimensioni si intrecciano e si fondono, diventando l'una strumento per la comprensione dell'altra. A darne prova è una delle attività cardine per lo sviluppo cognitivo dei più piccoli: il disegno, che diventa preziosa testimonianza delle abilità, della creatività e della percezione del mondo in età infantile.

Il tempo esiste per i bambini? E come evolve la comprensione della categoria tempo nei primi anni di vita?

«Apparentemente i bambini sono sempre fuori orario, "discronici": non rispettano gli appuntamenti quotidiani ("È pronto! Vieni a tavola!") e al tempo stesso si annoiano facilmente: amano "lanciare" il tempo ad alta velocità e detestano le attese, i tempi morti, le pause. Nonostante queste ipersensibilità, il tempo si presenta già nella prima infanzia come criterio di organizzazione della realtà

There is no space without time and no time without space. These two dimensions intertwine and merge for children, becoming tools for understanding each other. Bearing witness to this is one of the primary activities for the cognitive development of children: drawing, which serves as valuable evidence of their skills, creativity, and perception of the world during childhood.

Does time exist for children? And how does the understanding of time evolve in the early years of life?

«Apparently, children are always out of sync with time; they are 'asynchronous'. They do not comply with daily appointments ("It's ready! Come eat!"), and, at the same time, they get bored easily. They love to fast forward the time at high speed and detest waiting, dead times, and pauses. Despite these hypersensitivities, time already emerges in early childhood as the primary criterion for organizing reality. Children begin

per eccellenza: è infatti a partire dalla distinzione tra ciò che accade prima, dopo e contemporaneamente che i bambini riescono ad attribuire significato agli eventi personali. Gli psicologi ci dicono che a tre anni si è già in grado di ordinare eventi riferiti alla propria quotidianità, mentre a partire dai quattro anni si riesce a selezionare singoli eventi relativi a periodi recenti. Qui dominano le categorie "Ieri" (un avverbio che copre tutto il passato, dal giorno precedente all'estate di un anno prima) o "Domani" (l'intero serbatoio del futuro); solo verso gli otto anni iniziamo a essere in grado di costruire resoconti relativi a momenti di vita particolari, come il Natale a casa dei nonni o una vacanza in montagna. Bisogna invece attendere l'adolescenza affinché i vari episodi della propria vita si colleghino fino a costituire un filo unitario: la "continuità temporale"».

Il tempo è da considerarsi dunque una categoria cognitiva imprescindibile nel periodo infantile?

«Certamente, e basti pensare che il tempo è la materia della narrazione, cioè del modo in cui i bambini iniziano a costruire episodi, scenari, progetti, giochi di simulazione. Tempo e solo tempo: prima dobbiamo andare a scuola e poi possiamo giocare a casa, oppure prima dobbiamo mangiare e poi possiamo andare a dormire, ecc.».

Prima e dopo. Come si fa a trasmettere ai bambini delle scuole dell'infanzia e delle scuole primarie competenze relative alla comprensione e alla gestione del tempo?

«La quotidianità è letteralmente pervasa da attività che chiamano in causa le abilità temporali. Basti pensare al diffusissimo gioco simbolico nel quale i bambini in età prescolare e scolare adottano ruoli specifici – ovvero fingono di essere qualcosa di diverso da sé – e lasciano accadere delle cose. Fingo ad esempio di essere una mamma che riordina la casa prima di dormire la sera? Allora compio azioni coerenti con quel ruolo utilizzando anche oggetti che diventano simbolicamente altro da sé (ad esempio una sedia può fungere da fornello), prima scaldo la cena per tutti, poi sistemo il letto per i bambini e così via. Ma un'attività sempre presente nei contesti educativi e decisamente sofisticata da un punto di vista temporale è il disegno».

L'apprendimento delle dimensioni temporali viene quindi perfezionato attraverso le rappresentazioni grafiche?

«Lo constatiamo ogni giorno con tutti i bambini: quando disegnano, attribuiscono significato agli eventi progettando brevi intrecci che coinvolgono personaggi e azioni contestualizzati in specifiche

to attribute meaning to personal events from the distinction between what happens before, after, and simultaneously. Psychologists tell us that at three years old, children are already capable of sorting events related to their daily lives, while from the age of four, they can select individual events related to recent periods. Here, the categories of "Yesterday" (an adverb that refers to the entire past, from the previous day to the summer of a year ago) or "Tomorrow" (the entire reservoir of the future) dominate. Only around the age of eight do children begin to build tales related to specific moments in life, such as Christmas at their grandparents' house or a vacation in the mountains. It is necessary to wait until adolescence for the various episodes of one's life to link together to form a cohesive narrative: the "temporal continuity"».

Thus, should time be considered an essential cognitive category in childhood?

«Indeed, it is sufficient to think that time forms the essence of storytelling, shaping how children start to create episodes, scenarios, projects, and simulation games. It is all about time: first, we need to go to school, and then we can play at home, or first, we have to eat, then we can go to sleep, and so on».

Before and after. How do you explain the skills related to understanding and managing time to children in kindergarten and primary schools?

«Everyday life is infused with activities that engage the temporal skills. Consider the widespread game where preschool and school-age children assume specific roles, pretending to be someone else and letting scenarios unfold. For instance, if I pretend to be a mom tidying up the house before bedtime, I will have to perform actions consistent with that role, using objects that symbolically transform from what they are



coordinate spazio-temporali che noi possiamo constatare dal modo in cui su un semplice foglio A4 dispongono le parti di uno scenario immaginario distinguendo il prima dal dopo nella dimensione spaziale. Prendiamo ad esempio lo "scribble" di un bambino di soli tre anni in cui viene raffigurata una grande tana che ospita oggetti d'arredo in grado di suggerire azioni che accadono l'una dopo l'altra: gli abitanti della tana possono prima riposarsi sul divano, e successivamente possono divertirsi nella stanza dei giochi. Bisogna invece aspettare il disegno di un'adolescente di dodici anni per veder progettare la ristrutturazione dell'atelier scolastico e collocare al suo interno elementi di design che suggeriscono attività simultanee tra loro: se dalla libreria al centro dello spazio è infatti possibile prendere un libro, nel pouf per terra in primo piano ci si può sedere per rilassarsi. Tempo, spazio e azioni: è così che viene compresa la realtà nel periodo infantile».

A questo punto si potrebbe affermare che la percezione del tempo influenza soprattutto nella prima infanzia la percezione degli spazi e in particolare la comprensione degli interni abitativi?

«Diciamo che il tempo viene percepito nello spazio, o meglio ancora, per i bambini la dimensione temporale e la dimensione spaziale sono elaborate come un tutt'uno da un punto di vista cognitivo, e basta pensare alla routine domestica: i bambini sono del tutto consapevoli del fatto che di prima mattina si trascorre solitamente tempo in cucina per fare colazione con tutta la famiglia o che al tramonto d'estate ci si ritrova nel gazebo del giardino per rinfrescarsi e giocare. Lo spazio serve insomma a dare concretezza al tempo, concetto assai impalpabile per l'infanzia. Ecco: a interessare il mondo dell'architettura potrebbe essere proprio questa interazione redditizia che si instaura quotidianamente tra spazio e tempo: il tempo decreta le azioni che possono essere svolte in un setting, e viceversa il setting suggerisce determinate azioni che possono essere intraprese in specifici momenti della giornata e non in altri». ●

into something else (for example, a chair may become a stove), first, I get dinner ready for everyone, then I make the children's bed, and so forth. However, drawing is an activity consistently present in educational contexts and sophisticated one from a temporal perspective».

Is the learning of temporal dimensions refined through graphic representations?

«We witness this daily with every child. When children draw, they imbue events meaningfully by projecting brief storylines involving characters and actions in specific space-time coordinates. This is evident in how they arrange elements on a standard A4 sheet, distinguishing what comes before and what comes after in the spatial dimension. For instance, let's consider the scribble of a three-year-old depicting a large den with furniture items conveying sequential actions: the den's inhabitants may first rest on the sofa, and later, they might have fun in the playroom. However, one must wait for the drawing of a twelve-year-old to witness the planning of the school workshop's renovation and the placement of design elements that may convey simultaneous activities. In fact, if taking a book from the bookshelf in the middle of the space is possible, then it is possible to sit on the floor pouf in the foreground to relax. Time, space, and actions are how reality is understood during childhood».

At this point, one could say that the perception of time influences, especially in early childhood, the perception of space, particularly the understanding of living interiors.

«Let's say that time is perceived within space, or more precisely, for children, the temporal and spatial dimensions are processed as a unified whole from a cognitive perspective. Consider the domestic routine: children know that in the early morning, time is usually spent in the kitchen for breakfast with the whole family or that at sunset in the summer, the family gathers in the garden gazebo to cool off and play. In essence, space makes time concrete, a concept rather intangible for children. What might capture the interest of the architectural world is precisely this fruitful interaction that occurs daily between space and time: time dictates the actions that can be carried out in a setting, and, vice versa, setting promotes certain actions that can be undertaken at specific times of the day and not others». ●



Il primo Archivio Digitale del Disegno Infantile

È il primo al mondo ed è stato inaugurato lo scorso novembre a cura di un team di studiosi italiani: l'Archivio Digitale del Disegno Infantile consentirà – d'ora in poi – di vedere e studiare il modo in cui i bambini concepiscono la realtà. Il disegno è infatti il primo strumento con cui l'essere umano impara a rappresentare la realtà percepita, fornendo così informazioni importantissime sulla formazione identitaria dei più piccoli, sullo sviluppo cognitivo e la visione della realtà.

Colori, forme, posizioni, formati – tutto nell'Archivio verrà registrato e studiato per comprendere meglio come i bambini (e plausibilmente l'*Homo sapiens* alle sue origini) visualizzano i contesti abitativi.

L'Archivio Digitale del Disegno Infantile è nato da un progetto dell'Università di Modena e Reggio Emilia, con la collaborazione di Officina Educativa di Reggio Emilia e Wonderful Educators di Modena; l'Archivio ospiterà una banca dati di visual narratives prodotte da bambini da zero a 14 anni in ogni parte del mondo, e sarà accessibile liberamente per continuare ad approfondire la grammatica evolutiva del linguaggio visivo.

The First Digital Archive of Children's Drawings

It is the first in the world, and it was inaugurated last November by a team of Italian scholars: the Digital Archive of Children's Drawings will open a window for us to observe and analyze how children conceptualize reality. Drawing is the first tool through which humans learn how to represent their perceived reality, offering vital insights into the formative identity of children, their cognitive development, and the perception of reality itself.

Colors, shapes, positions, and formats – every nuance within the Archive will be meticulously recorded and studied to understand better how children (and conceivably Homo sapiens in its early stages) envision living environments.

The Digital Archive of Children's Drawings is the outcome of a collaborative project involving the University of Modena and Reggio Emilia in partnership with Officina Educativa in Reggio Emilia and Wonderful Educators in Modena. This Archive will host a database of visual narratives crafted by children aged zero to 14 from every corner of the globe. It will be accessible for free to continue the exploration of the evolutionary grammar of the visual language.



“My Dream House”. Tutto inizia da un disegno

Nell’ultimo decennio studi e test hanno rivelato come, nella prima infanzia, realtà e desideri vengano elaborati attraverso il codice visivo, e solo in seguito legati a etichette verbali. Prima ragioniamo con le aree visive e ci esprimiamo con il disegno, poi classifichiamo la realtà con il linguaggio e ci esprimiamo a parole. I disegni dei bambini sono quindi più veri del vero e raccontano una storia atavica, ma danno anche importantissime informazioni sull’immaginario delle prossime generazioni.

“My Dream House – Semiosi dell’Abitare” è la quinta ricerca neuroscientifica realizzata da Pratic in collaborazione con l’Università di Modena e Reggio, l’Università IULM di Milano e Officina Educativa – Comune di Reggio Emilia. Uno studio che, per la prima volta, presenta i risultati di una sperimentazione sul modo in cui i bambini tra i 3 e i 14 anni concepiscono oggi la casa del futuro. Tenuto conto che sarà proprio la young generation a orientare gli stili di vita e i gusti estetici di domani, la ricerca assume un’importanza ulteriore, facendo emergere il loro bisogno di legare indoor e outdoor, e di immaginare in continuazione una nuova versione della “casa sull’albero”, archetipo ancestrale dell’*homo sapiens*.



La ricerca
è consultabile
a questo link

“My Dream House”. Everything starts with a drawing

Over the past decade, studies and experiments have unveiled how, in early childhood, reality and desires are channeled through visuals, later intertwining with verbal expressions. First, cognition relies on visuals with self-expression manifesting through drawing. Subsequently, reality is categorized using language, finding expression in words. Therefore, children’s drawings become more real than reality, narrating an ancient story while providing critical insights into the imagined world of future generations.

“My Dream House – Semiosis of the Home” is the fifth neuroscience research venture undertaken by Pratic in collaboration with the University of Modena and Reggio, the IULM University of Milan, and Officina Educativa – Municipality of Reggio Emilia. This study, for the first time, shows the outcomes of an experiment on how children aged between 3 and 14 envision the home of the future. Considering that the young generation will shape lifestyles and aesthetic preferences of the future, this research takes on even more significance, spotlighting their inclination to bridge indoor and outdoor spaces and perpetually envision a novel version of the “treehouse” as an ancestral archetype of *homo sapiens*.



The research
is available
at this link





Una casa verde, più felici fin da piccoli

È l'elemento biofilico il più ricorrente tra le dimore disegnate dai bambini. La vegetazione diventa parte integrante dell'edificio e gli spazi in&outdoor si collegano tra loro in ambienti progettati per assecondare da un lato le proprie ambizioni personali e soddisfare il desiderio di svago e benessere. Tendenze che già oggi iniziano a modellare l'architettura (e non per caso!), soprattutto se teniamo conto che il pensiero biofilico è radicato nella memoria ancestrale dell'*homo sapiens* ed ha effetti positivi su sviluppo cognitivo e sociale. È stato infatti dimostrato che in aree residenziali collocate nel verde risultano più rari gli atteggiamenti antisociali, così come bambini affetti da disturbi dell'attenzione riescono a ridurre notevolmente i sintomi comportamentali che la ostacolano. La natura agisce quindi come autentico elemento rigenerante, consentendo di ripristinare o mantenere il proprio benessere psicologico.

A green home, happier from childhood

Nature is the most recurring element in homes drawn by children. Vegetation becomes an integral part of the building, and indoor and outdoor spaces connect to create environments designed to nurture personal ambitions and satisfy the desire for recreation and well-being. These trends are already beginning to shape architecture today (and not by chance!), especially when considering that biophilic thinking is deeply rooted in the ancestral memory of homo sapiens and has positive effects on cognitive and social development. It has been demonstrated that residential areas surrounded by green spaces are less likely to exhibit antisocial behaviors. Moreover, children with attention deficit disorders have shown a significant reduction in behavioral symptoms. Nature is a rejuvenating element, restoring or preserving one's psychological well-being.

Dalla casa sull'albero alla casa tra gli alberi, nel cuore della Svezia

Project	PERGOLA
Place	SWEDEN
Year	2022
Product	OPERA

From the treehouse to the house among the trees in the heart of Sweden



E se lo spazio più accogliente e funzionale della casa non si trovasse per forza al suo interno, bensì all'aria aperta? In Svezia, lungo una suggestiva baia del Mar Baltico, un modulo della bioclimatica Opera di Pratic è bastato per sostituire le funzioni del classico living domestico, diventando il cuore "open air" di una moderna villetta.

Inizialmente progettata per creare un riparo dal vento forte della costa, la pergola è stata dotata di vetrate perimetrali a scorrimento Slide Glass 60 che consentono di conservare la visuale sul paesaggio, schermando gli interni della pergola, riscaldati da un sistema di lampade a irraggiamento termico e bracieri a pozzetto. Sul piano zenitale, invece, l'area gode del riparo di una copertura con lame frangisole in alluminio, orientabili con telecomando da

zero a 140 gradi per ottenere le migliori condizioni climatiche, semplicemente utilizzando la luce solare e il ricircolo dell'aria.

La naturale sensazione di benessere generata dallo spazio outdoor ha da subito rivoluzionato le abitudini dei proprietari, tanto da rendere la pergola il luogo maggiormente utilizzato della casa, anche durante il freddo inverno svedese. L'arredamento scelto cambia infatti a seconda delle necessità: living con divani e tavolino per dedicarsi al relax, oppure pratica sala da pranzo per accogliere gli ospiti o semplicemente per trascorrere il tempo della colazione e della cena circondati dalla bellezza del panorama. Proprio qui, Opera si mimetizza con la sua finitura antracite che nelle giornate di neve trasforma la pergola in una calda cornice sul paesaggio imbiancato.

And what if the house's most welcoming and functional space were not necessarily indoors but outdoors? In Sweden, along a picturesque bay of the Baltic Sea, a module of Pratic's bioclimatic Opera pergola has replaced the functions of the traditional domestic living room, becoming the "open-air" heart of a modern villa.

Initially designed to provide shelter against the strong coastal winds, the pergola has been equipped with sliding perimeter closures, Slide Glass 60, preserving the landscape view while shielding the interior, which is heated by thermal radiation lamps and fire braziers. In terms of natural light, the area enjoys the protection of a roof with aluminum sunshading blades, adjustable with remote control from zero to 140 degrees, creating optimal climatic

conditions through sunlight and air circulation.

The immediate sense of well-being generated by the outdoor space has revolutionized the owners' habits, making the pergola the most used area in the house, even during the cold Swedish winter. The chosen furnishings vary based on the needs: a living room with sofas and a coffee table for relaxation or a practical dining room to welcome guests or enjoy breakfast and dinner surrounded by the beauty of the landscape. Here, Opera seamlessly integrates with its anthracite finish, turning the pergola into a warm frame against the snowy backdrop on winter days.



CONCEPT E ART DIRECTION

Pratic
Carter&Bennett

COPYWRITING

Carter&Bennett

ENGLISH TRANSLATION

Chiara Poletti

GRAPHIC DESIGN

Designwork

RENDERING

Superresolution PP. **INSIDE FRONT COVER, INSIDE BACK COVER**
Nerokubo PP. 72-73

PHOTOGRAPHY

Alessandro Paderni – Studio Eye PP. 12-15
Arnaldo Di Vittorio PP. 42, 45, 48-49
Charlotte Robin P. 58
Constance Guisset Studio P. 63
Flavio Graffi PP. **EDITORIAL, 4, 5, BACK COVER**
Gionata Xerra Studio P. 10
Helen Nord PP. 82-83
Ivan Rossi PP. 38-39, 41
Tassotto&Max PP. 6-9, 17, 26-27, 37, 43
Vincent Leroux PP. 60-62

ILLUSTRATION

Courtesy of Officina Educativa – Comune di Reggio Emilia PP. 75, 79

PRINTING

Grafiche Filacorda

THANKS TO

Constance Guisset
Didier Simon
Frank Schädlich
Gianmario Gallina
Officina Educativa – Comune di Reggio Emilia
Patrizia Moroso

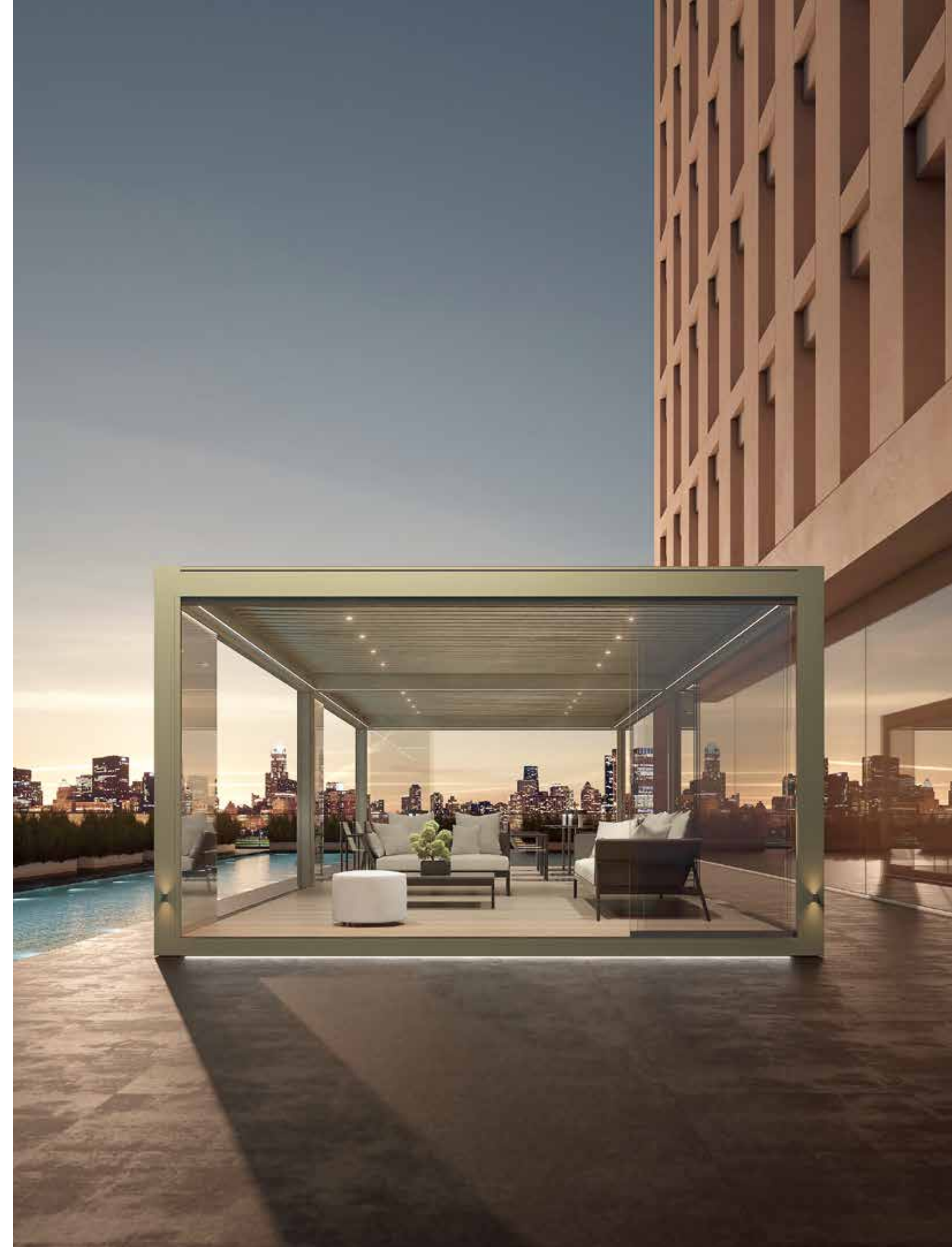
pratic

A StellaGroup Company

Pratic S.p.A. a socio unico

Via A.Tonutti 80/90
33034 Fagagna (UD), Italy
+39 0432 638311
pratic@pratic.it

pratic.it



I.P.

pratic
open air culture

