

Anno 25 - P.I. 25.11/2020 - Mensile - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, LG/M

COSE di CASA

N. 12 DICEMBRE 2020 2€

IN
OMAGGIO
idee
& progetti

IL MENSILE PER VIVERE MEGLIO LA CASA

UN TRILOCALE DI **65 MQ**
RICAVATO DA UNITÀ DIVERSE

84+76 MQ VALORIZZATI
DA UNA SCALA DÉCOR

71 MQ RINNOVATI SOLO
CON ARREDI E FINITURE

IDEE DA COPIARE

- **VOLTA A BOTTE IN CARTONGESSO**
- **L'ARMADIO DISEGNATO PER LA NICCHIA**

TANTE SOLUZIONI PER
PERSONALIZZARE LA CUCINA

ACQUISTI ONLINE PER LA CASA

ARIA SANA E PULITA INDOOR

I DETTAGLI IMPORTANTI PER
RISTRUTTURARE **IL BAGNO**

LO **PSICOLOGO** DELL'ABITARE
PER PROGETTI "SU MISURA"

FAI DA TE PER LE FESTE

MOROSI IN CONDOMINIO:
CHE COSA DICE LA LEGGE



AMBIENTI *intimi e* *confortevoli*

SOMMARIO N° 12 DICEMBRE 2020

12

MOSTRE
ED EVENTI

14

CHI CERCA
TROVA

17

IN PRIMO
PIANO

19

VISTI
PER VOI

20

S COME
SOSTENIBILITÀ

23

ISPIRAZIONI

25

IN VETRINA

29

DETTAGLI

32

LA POSTA
DEI LETTORI

41 LE NOSTRE CASE

- **84+76 mq** Elemento a sorpresa (pag. 42)
 - **65 mq** Piccola con stile (pag. 54)
- **100 mq** Nei toni dell'eleganza (pag. 64)
 - **71 mq** In versione easy décor (pag. 76)
- **80 mq** Tradizione extra comfort (pag. 89)



ARREDARE 99

- **Acquisti online** Vivere (bene) in modalità smart (pag. 101)
- **Fai da te** Immane poinsettia (pag. 107)
- **Design** Made in Italy (pag. 111)
- **Idee da copiare** Convivialità fa rima con... (pag. 118)
- **Zona notte** Un'oasi per crescere (pag. 127)

145 VIVERE LA CASA

- **Bagno** Occhio ai dettagli (pag. 147)
- **Tutto su** Aria più pulita e sana (pag. 153)
- **Elettrodomestici** L'igiene abita qui (pag. 163)
 - **Edilizia** Psicologia dell'abitare per una casa "su misura" (pag. 170)
- **Che cosa dice la legge** Morosi in condominio: come si procede (pag. 174)



DOSSIER 135



FINESTRE DI QUALITÀ

Scegliere i serramenti per la propria abitazione, a partire dai materiali dei profili e dalle tipologie di vetro che determinano le prestazioni energetiche. Usufruendo anche di Ecobonus e Superbonus

PER GLI AGGIORNAMENTI
CHE TI INTERESSANO

VAI SUL NOSTRO SITO
www.cosedicasa.com





PSICOLOGIA DELL'ABITARE PER UNA CASA SU MISURA

Progettare oggi vuol dire non solo tener conto delle esigenze funzionali ma **anche della personalità** di chi abita. Per questo, è sempre più richiesta una figura professionale in grado di assicurarci **corrispondenza e benessere**

Una vera e propria scienza, non una semplice tendenza di passaggio: studiata e approfondita già da decenni, la **psicologia dell'abitare è una disciplina** che sta emergendo anche in considerazione del fatto che la casa è vissuta più di prima e anche in modo diverso. •Proviamo a capirne di più attraverso la psicologa Alessandra Micalizzi che spiega come tale materia possa essere considerata quella parte specifica della psicologia ambientale dedicata al **rapporto tra individuo e abitazione**, con particolare riguardo al benessere. Le piace definirla una "meta disciplina" perché si basa sulle conoscenze che afferiscono anche ad altri ambiti quali l'antropologia, le neuroscienze, la fisiologia, la sociologia e non solo. •Oggi, quindi, l'applicazione

della psicologia dell'abitare - complice la crescente attenzione al benessere dell'individuo - sta diventando una pratica sempre più richiesta. E stanno evolvendo, al riguardo, strumenti che permettono al committente di **immaginare la propria casa**, visualizzandola. •Fra i sistemi più tecnologici, vi è l'uso della realtà virtuale: un progettista può farvi ricorso per fare vedere e "vivere" al cliente come diventerà la sua casa, offrendogli la possibilità di capire meglio, rispetto alla sola visione di planimetrie e rendering, se le scelte compiute sono in linea con le aspettative o se è il caso di apportare sostanziali modifiche. Oppure prevedere per il committente **vere e proprie sedute** con il progettista e con un professionista che si occupi di psicologia per riuscire a individuare i desiderata con esattezza.

TUTTO IN TRE PUNTI CHIAVE

→ Di che cosa si tratta

La psicologia dell'ambiente studia il rapporto tra mente e spazio, focalizzandosi su quello abitativo. È la scienza che si occupa di studiare gli **effetti che tutti gli spazi che ci circondano hanno sulla nostra psiche** e sui nostri comportamenti. Se poniamo attenzione alle sensazioni che proviamo e ai comportamenti che assumiamo, possiamo comprendere gli effetti che l'ambiente ha su di noi.

→ Come applicarla

Si può iniziare a pensare alla propria casa in questi termini: quali sensazioni provo negli spazi? Mi rappresentano? Cosa dicono di me? È importante, infatti, che ci facciano stare bene e ci rappresentino. Non a caso è previsto, per esempio, **"l'angolo per il proprio io"**, una piccola zona dove raccogliere ed esporre alcuni ricordi significativi: post-it, ritagli di giornale, lettere, diari, ricordi di viaggi. È un luogo domestico che ci aiuta ad assorbire energie, a contemplare la strada che abbiamo percorso e le capacità acquisite. Non da meno, ci aiuta a ricordare, immaginare, fantasticare e ritrovare noi stessi.



Prove di abitabilità
Con il visore specifico si vive un'esperienza immersiva nella realtà virtuale.

→ Il ruolo della natura

In una casa non dovrebbero mancare **legno, acqua, piante**: l'esposizione a elementi naturali è associata, infatti, ad alti livelli di benessere psicologico, con riduzione di stress, ansia e affaticamento mentale. C'è una **ragione anche evolutivista** in questo; in passato erano gli ambienti ricchi di vegetazione e acqua a favorire la sopravvivenza, fornendo cibo e riparo. L'ambiente naturale è quello che **consente alla nostra mente di rigenerarsi** perché non richiede alcuno sforzo diretto cognitivo, proprio perché parte della nostra evoluzione.

(In collaborazione con Lara Zucchini, psicologa, psicoterapeuta e responsabile di The Wow Experience, www.thewowexperience.it)

Ci corrisponde?

Grazie alla possibilità di conoscere i lati della personalità del committente, il progettista, con l'ausilio di un professionista abilitato in psicologia, può individuare con maggiore successo la casa desiderata.

Da vivere prima

Il progetto presentato con la realtà virtuale permette al committente di visualizzare proporzioni e colori, ma anche di muoversi negli spazi dell'abitazione ipotizzata. In questo modo ha la possibilità di verificare se otterrà ciò che immaginava per sé.



IL PARERE DELL'INTERIOR DESIGNER

Intervista a Paolo Mari, titolare dello studio di interior design Visioninterne (www.visioninterne.it)

Come è nata l'idea di proporre progetti in realtà virtuale immersiva?

Le persone, quando scelgono un arredo, che ne siano consapevoli o meno, hanno in mente un modo di vivere, **fanno delle proiezioni e quindi hanno delle attese importanti** per la loro vita, sulle quali si apprestano a investire economicamente, con il dubbio di stare facendo la scelta giusta. Questo genera ansia. Noi abbiamo voluto **risolvere il problema con i mezzi che offre la tecnologia**. Normalmente si parte dal disegno e poi si produce un rendering. Il cliente però non riesce a percepire tutti gli elementi del progetto, specie quelli sensoriali. Inoltre, non ha un quadro completo degli ambienti ovvero degli arredi con pavimenti, pareti, luci, eccetera. Con la nostra tecnologia, invece, **la persona entra nella sua casa così come sarà**, completa di ogni elemento, vive gli spazi in tutta la loro dimensione, percepisce superfici, colori, prospettive. Vive anticipatamente in dimensione virtuale ciò che successivamente vivrà realmente.

In che cosa consiste questa proposta?

Il cliente esprime le sue richieste, i nostri consulenti lo aiutano a identificare le soluzioni migliori, eventualmente anche con un supporto in ottica di psicologia dell'housing. Poi noi creiamo il progetto, ma niente più carta, 3D, render: **l'ambiente configurato con il cliente viene ricostruito in realtà virtuale**.

Il cliente indossa un visore collegato a uno schermo ed "entra" nella sua casa. Per questo si chiama realtà virtuale immersiva. La persona, grazie al visore, viene **calata nella sua futura casa** realizzata in realtà virtuale e può camminare all'interno di essa, la sua mente è totalmente immersa in questa nuova realtà. Nel camminare è possibile percepire gli ingombri, **valutare più colori e finiture con un semplice clic**, raffrontare diversi abbinamenti, cambiare il pavimento, il modello di un tavolo, di una sedia. È possibile, dunque, farsi un'idea certa di quello che si vuole, eliminando totalmente l'ansia delle scelte che si faranno e quindi del denaro che si investirà.

Che tipo di reazioni avete registrato?

Quando abbiamo creato e inserito questo sistema il nostro obiettivo era quello di **soddisfare pienamente i nostri clienti**, perché veramente percepiamo la sensazione di andare a risolvere una difficoltà enorme ed effettivamente le reazioni sono state eccezionali. La percezione di un cliente non appena indossa il visore è **sintetizzata dall'espressione "wow"**, perché

effettivamente in un attimo viene portato in un'altra dimensione. Un esempio? Per un cliente abbiamo creato la sua casa con il **sottofondo della canzone preferita**, così quando attraverso il visore è entrato negli spazi l'emozione è stata fortissima. Tutti hanno apprezzato l'opportunità di approvare un progetto con la **sicurezza del risultato che si andrà ad ottenere**.

Per quale tipo di progetti suggerite questa modalità?

La nostra realtà virtuale immersiva è adatta a qualsiasi progetto, **dall'appartamento all'abitazione singola**, dal ristorante all'hotel. Tuttavia può anche riguardare una **singola stanza**, magari particolarmente importante per il committente, o quella per la quale nutre più dubbi, e non occorre dover ricostruire in realtà virtuale immersiva tutto l'ambiente. Abbiamo realizzato case a due e a tre piani, oppure singole zone giorno o zone notte, perché **adattiamo il sistema ai bisogni del cliente**.

Che ruolo ha la psicologia nel vostro modo di operare?

È un altro servizio nuovo che offriamo: è stato **pensato sempre in ottica del bisogno emotivo**, esperienziale del cliente. Quando la psicologa Alessandra Micalizzi tiene le sessioni con il cliente, non entra assolutamente nel merito di che tipo di prodotto o di casa realizzare, ma **opera sulla consapevolezza del committente**, per aiutarlo a identificare il proprio stile di vita più consona e la scelta abitativa che di conseguenza gli servirebbe. Troppo spesso le case sono standardizzate mentre **ogni persona è diversa** e il nostro obiettivo è proprio quello di aiutare i nostri clienti a **vivere gli spazi per il loro pieno benessere**, concetto che comprende criteri di comodità, estetica, abitudini, affettività, differenti per ognuno di noi e per ogni **nucleo familiare**.



Work in progress
La sensazione di essere "all'interno" della casa permette di capire se il progetto va bene o se occorrono modifiche.



Verificare arredo e colori
Un colloquio con la psicologa dell'abitare permette di delineare i gusti dei futuri padroni di casa al di là delle tendenze. E con la realtà virtuale se ne può verificare il risultato.

IL PARERE DELLA PSICOLOGA

Intervista ad Alessandra Micalizzi, psicologa e docente a contratto presso lo IED Design

Qual è l'obiettivo principale della psicologia dell'abitare?

Sicuramente è mettere al centro la **relazione tra l'individuo e la sua abitazione**, al fine di assicurare un'esperienza piena di benessere psico-fisico.

La psicologia dell'abitare usa tecniche per lo studio di queste relazioni che vanno **da quelle più classiche di tipo qualitativo come le osservazioni, alla ricostruzione di situazioni sperimentali, all'analisi di casi di studio**. Cioè tutte quelle tecniche che sono familiari alla ricerca in generale e che consentano, in prima battuta, di dimostrare i benefici concreti per l'individuo. Dall'altro lato, grazie al dialogo con le altre discipline, la psicologia dell'abitare può diventare la premessa per un momento particolarmente prezioso nel lavoro sugli ambienti: lo sviluppo progettuale.

Il **lavoro di squadra con architetti e designer** parte dunque dal contributo peculiare che lo psicologo può dare in questa fase, ovvero la raccolta della domanda del cliente e la sua analisi, affinché possa essere in linea non solo con esigenze di tipo funzionale, razionali e dunque esplicite, ma anche e soprattutto con aspetti più profondi connessi alla propria personalità, **alla propria idea di "sentirsi a casa"**, per facilitare e semplificare le scelte e ottenere il miglior risultato possibile, a favore del proprio benessere.

Ci sono dei "profili psicologici" standard?

La psicologia dell'housing ha una sua storia, ma la sua applicazione concreta è sicuramente qualcosa di innovativo. Ecco perché, con il gruppo di lavoro interdisciplinare che abbiamo definito, stiamo proprio lavorando per l'**individuazione di un protocollo**,

di un modus operandi che possa definire il percorso del cliente e il ruolo di ciascuna figura professionale (psicologo/designer). All'interno di questo processo, un ruolo importante è **riservato alla fase di profilazione**. La psicologia offre molti strumenti per farlo ma, dal nostro punto di vista, considerati i profondi legami immaginifici tra casa e identità personale, stiamo lavorando alla **definizione di uno strumento che si fondi sulla teoria degli archetipi**, secondo il modello proposto da Myers e Briggs. Le due studiosse hanno lavorato alla definizione di un test (l'MBTI - Myers Briggs Type Indicator), ancora oggi molto utilizzato in tutto il mondo, che consente l'**identificazione di tipi psicologici**, dei profili di personalità, a partire dal contributo più storico e consolidato di Jung. È possibile dunque, a nostro avviso, **immaginare dei profili abitativi**, per loro natura idealtipici ma al tempo stesso capaci di restituire alcuni modi di concepire la casa e il modo di abitarla. Facciamo un esempio per semplificare. Se prendiamo un tratto come l'introversione/estroversione del modello di Myer e Briggs, possiamo subito cogliere ad esempio una **relazione sul modo di vivere le relazioni sociali e dunque di privilegiare o meno certi ambienti della casa**; di organizzare lo spazio per favorirne una fruizione piena per attività individuali (nel caso di un tratto evidente di introversione) o da condividere con altri (nel caso del prevalere di un tratto estroverso).

Perché una profilazione e non la domanda diretta?

Per limitare il rischio di trovarsi di fronte un cliente che interiorizzi, più di altri, gli **stimoli provenienti dall'esterno e che sia portato in questo modo a omologarsi** verso scelte che potrebbero non essere le migliori. E anche, semplicemente, per facilitarne l'individuazione, superando i meccanismi di razionalizzazione e, più in generale, di difesa automatica.