



Verso il 2024



---

*I Fenici non erano solo abili naviganti e commercianti, ma intelligenti ingegneri e architetti.*

*Le case fenice si differenziavano a seconda del ceto sociale. I poveri vivevano in alloggi molto semplici, senza letti né arredi, mentre i ricchi godevano di abitazioni riccamente decorate, su più piani, dotate di un'interessante organizzazione degli spazi e costruite con modalità per alcuni aspetti...sostenibili.*

*Sopra un basamento di pietra si ergevano muri perimetrali di mattoni composti di una malta di argilla mista a paglia e seccata al sole, e coperti di intonaco che li rendeva impermeabili; pure impermeabili all'acqua erano i tetti coperti di pece. L'argilla cruda e pressata veniva utilizzata anche per coibentare i pavimenti, le pareti e i soffitti.*

*L'abitazione si snodava intorno al cortile, centro delle attività domestiche, con stanze intorno, cucina attigua, sala da bagno, da uno a sei piani superiori.*

*Il fabbisogno idrico era soddisfatto da un pozzo o cisterna che raccoglieva l'acqua piovana.*

*L'architettura fenicia assumeva quindi aspetti molto attuali: strutture che permettono l'isolamento termo-acustico, spazi aperti all'interno dell'abitazione, articolazione funzionale degli ambienti, impiego di materiali naturali.*

*In copertina, laboratori di terracotta modello di casa Fenicia  
Colore: PMS Color, Pantone del 2024*

---

---

## **Abitare nel post-Pandemia. Orientarsi tra i segni**

Laura Cantoni

---

# Introduzione

*L'habitat nell'isolamento...*

*Macro-Trend...*

*Modelli abitativi...*

**L**a seconda di copertina **ha sempre collegato al mondo dei Fenici i contenuti dell'Augurale**, che scriviamo per illustrare temi di tendenza da quando è nata Astarea 19 anni fa.

Nei Fenici avevamo trovato una **cultura per alcuni aspetti molto attuale** (ad esempio, nell'attenzione al risparmio delle risorse naturali ed all'ambiente), ma anche **affine al nostro approccio alle ricerche di marketing**. Loro, abituati alle rotte marine, e noi, a indirizzare nelle giuste direzioni; loro, capaci di fornire i manufatti più diversi, e noi, impegnati ad adottare metodi e tecniche in modo versatile; loro, inventori dell'alfabeto con lo scopo di facilitare il lavoro a molti ceti produttivi, e noi, fornitori di dati e conoscenze il più possibile operativi – un supporto al fare e al cambiare.

Abbiamo scritto della casa fenicia perché nell'Augurale di quest'anno ci soffermiamo, come direzione di tendenza, sull'**eredità che l'isolamento durante la pandemia Covid 19 ha lasciato nelle modalità dell'abitare**.

Nella pluriennale vicenda che ha portato picchi di devastazione, periodi di apparente interruzione ma sotteraneamente forieri di ulteriori disagi, fino all'attuale permanenza strisciante del virus -meno offensivo ma comunque non debellato-, di fatto **i tempi dell'isolamento sono stati epocali**.

Lo sono stati per come hanno messo a nudo le debolezze sistemiche di cui abbiamo parlato in Augurali precedenti, per come hanno radicalizzato tendenze già sostanziali, per come hanno meglio configurato alcune in divenire.

**L'abitare si è dimostrato uno degli ambiti sociali più investiti dalla crisi pandemica**, perché ha obbli-

gato le persone a reiventarsi funzioni, attività, ruoli e spazi nell'ambito domestico e quindi nella casa, oltre che fuori.

L'Augurale di quest'anno intende illustrare i cambiamenti innescati dall'isolamento pandemico partendo dal **“come” è stata vissuta quella fase emergenziale in casa**, per arrivare ad alcuni **concetti** di carattere generale, che abbiamo trovato **alla base della nuova progettualità** architettonica e nelle scelte abitative dei cittadini.

L'analisi, ultimata in queste ultime settimane, è stata presentata nei suoi lineamenti generali al Salone della Sostenibilità e dell'Innovazione Sociale dello scorso Ottobre 2023.

E' stata realizzata attraverso la raccolta di materiale documentale (studi sui comportamenti sociali, progetti di insediamenti, le offerte attuali del mercato immobiliare), l'elaborazione ad hoc di concept di tendenza, i risultati di recenti ricerche demoscopiche eseguite da Astarea sugli orientamenti verso l'abitare e sulla sostenibilità in casa.

# Vivere la casa durante il Covid 19

**N**el periodo dell'isolamento gli italiani, ed ovviamente non solo loro, **hanno riscoperto il valore degli spazi domestici individuali**. Una casa con ambienti confortevolmente ampi e piacevoli è ovviamente sempre stata oggetto di desiderio, soprattutto per una parte notevole della popolazione italiana costretta tuttora in appartamenti appena sufficienti, se non ridotti rispetto alle esigenze familiari.

Tuttavia con **il Covid e l'isolamento cambia la logica di occupazione dello spazio domestico**: l'occupazione "a turno", secondo cui i diversi componenti lo occupano in orari diversi, si trasforma in occupazione "concorrente", secondo cui tutti o molti permangono in casa nei medesimi orari. Lavoro da remoto, DaD e sport in casa obbligano i singoli a ritagliarsi spazi propri, in modo più o meno improvvisato e creativo, non necessariamente adeguato.

Come risposta alla chiusura in ambienti più stretti, si cerca di **ridurre il più possibile la discontinuità tra ambiente esterno ed interno** attraverso l'ottimizzazione funzionale ed estetica di balconi, terrazze, terrazzini e anche dei tetti, dove si imbastiscono le attività più varie: lavoro, studio, lettura, relax.

La negazione della socialità tradizionale valorizza la **prossimità di vicinato o condominiale**, che genera o rafforza relazioni di scambio e sostegno; in questa logica i cortili diventano luoghi possibili di un'interazione in qualche modo protetta, e si riadattano con tavolini e sedute.

L'obbligo del Remoto incrementa il già abituale protagonismo della Rete, che aiuta a tenere alta l'asticella dei rapporti con gli altri lontani, per il lavoro, le amicizie, gli acquisti: se si è da tempo abituati a parlare di "realtà au-

mentata", ora, ad essere **"aumentata" grazie al no-stop uso del digitale, è la domesticità**.

Il verde, in forma di orti domestici, era già ampiamente diffuso prima del Covid a fronte di fattori culturali (l'irresistibile fascinazione del "green"), o semplicemente aspirazionali (non solo il km 0, ma anche il mt 0). Con il Covid **gli orti si dimostrano una risorsa chiave**: ogni balcone e terrazzino viene popolato da piante di basilico, timo e maggiorana; per i più arditi anche da insalata, pomodori e zucchine.

E' **un tentativo di sostituire l'assenza del rapporto con la natura, e un "fare" utile** sul piano sia funzionale sia psicologico - come altre attività che riempiono i tempi morti: il riordino degli armadi, i piccoli cambiamenti negli arredi, il bricolage, la cucina "creativa".

A difesa dal contagio **cambiano le abitudini degli italiani in materia di igiene e di sicurezza**, con più acquisti (e scorte) di prodotti detergenti e disinfettanti specializzati, ma anche di strumenti elettrici o a vapore ad elevate performance, una maggiore allerta nei confronti dei batteri, più tempo dedicato alle attività di pulizia generale e di disinfezione.

# I macro-trend derivati

**A**bbiamo sintetizzato in **6 concept di tendenza** il “che cosa” ha lasciato e depositato l’abitare durante il Covid 19, creando le basi per lo sviluppo di nuovi paradigmi.

I 6 concept articolano, ciascuno, coppie di elementi non oppositivi tra di loro, bensì espressione di una molteplicità di istanze che si sovrappongono.

**Auto-riferimento ed etero-riferimento:** da una parte si affermano le esigenze del singolo, che intende trovare una propria dimensione domestica – di là dai momenti topici di condivisione con gli altri componenti della famiglia; dall’altra, permane la necessità di restare costantemente in contatto con individui o gruppi, come l’isolamento ha obbligato a fare, ma che ora diventa esigenza interiore soprattutto tra i giovani, peraltro ulteriormente incentivata dalla più recenti soluzioni digitali (Meta innanzitutto).

**Domesticità e prossimità:** da una parte si riscopre il valore della casa non più come luogo di transito e approdo dopo giornate a scuola, al lavoro, o nei numerosi (soprattutto per i figli) impegni collaterali, ma come ambiente espressivo del self. Dall’altra parte, il Covid ha promosso la riscoperta della socialità di vicinato, che si conferma e si rafforza come potenzialità relazionale e funzionale con servizi condivisi sul territorio - le community on-line o il Portiere di quartiere.

**Interno ed esterno:** da una parte, l’ambiente casa deve essere in qualche modo ottimizzato rispetto alla configurazione tradizionale degli spazi, con più aree mirate su esigenze specifiche; dall’altra, si vuole portare il più possibile il “fuori”, “dentro”, grazie a zone aperte pensate per integrarsi in quelle chiuse, così da permettere non solo allo sguardo,

ma anche al fisico, di compenetrarsi con l’ambiente urbano e naturale.

**Estetica ed efficientamento:** da una parte si rafforza il desiderio del bello - da tempo ispirato al “design democratico” –, che ora implica, come vincoli fondamentali, il comfort e l’accudimento con ambienti puliti, ordinati, bene organizzati; dall’altra, complici le emergenze ambientali, si fa più pregnante l’ottimizzazione delle risorse energetiche e tecnologiche in chiave sia di risparmio sia di gestione delle apparecchiature (dagli apparecchi domestici, alla sicurezza della casa).

**Staticità e dinamismo:** da una parte, la casa deve rispettare le necessità di base della vita familiare (dormire, mangiare, relax); dall’altra, deve rispondere ad esigenze nuove legate alla internalizzazione di funzioni prima esterne -una condizione non più totalmente obbligata, ma che si ripropone e si riproporrà perchè espressione di cambiamenti probabilmente irreversibili (ad esempio: lo smart working parziale).

**Oggi e domani:** da una parte, devono essere soddisfatte la configurazione attuale del nucleo familiare, le compatibilità economiche, la sensibilità arredativa; dall’altra parte, si pone uno sguardo cauto e anche un po' sospettoso al futuro, che con le sue imponderabili contingenze richiede fin da subito un’organizzazione domestica flessibile e aperta.

# Dai macro-trend ai modelli abitativi

I macro-trend (concettuali) si traducono in **nuovi modelli architettonici all'esterno e all'interno**, utilizzati già ora nel disegno delle nuove abitazioni e nelle ristrutturazioni, piuttosto che in progetti non ancora realizzati.

**Primo: la riconfigurazione degli ambienti interni, in nome di un habitat multi-funzionale.** La sfida dell'architettura contemporanea è di creare spazi articolati, dinamici, mutevoli a seconda delle occasioni, e nel tempo: la casa non è più un mondo definito una volta per sempre, ma un organismo che si trasforma ed evolve.

Di qui, ambienti diversi, o diverse funzioni nel medesimo ambiente vengono separati da **elementi leggeri che possono disegnarsi e ridisegnarsi per diversi usi**: guardaroba, armadio, letto, scrivania, coesistenti in una medesima, camaleontica struttura, a scomparsa e ricomparsa a seconda dei casi, con pareti mobili e fungibili e armadiature al posto dei muri.

**Secondo: la riscoperta delle aree esterne, per maggiore funzionalità** (estensione della superficie abitativa) **e maggiore benessere** (più aria, luce, verde, prospettiva).

Nei nuovi progetti **terrazze e balconi aumentano** a dismisura, e sono resi abitabili da salotti e aree-cottura; le finestre classiche lasciano lo spazio ad **ampie vetrate** con eccellenti prestazioni termo-acustiche; **cortili e giardini** condominiali, ambiti interstiziali tra pubblico e privato, **vengono rivisitati come luoghi polivalenti** per sport, relax e socialità; **verde anche il tetto**, con i vantaggi fisico-climatici dell'erba in copertura (una migliore qualità dell'aria, creazione di un micro-clima favorevole, protezione della bio-diversità).

**Terzo: Green Building.** Non è una moda ma una direzione obbligata (e per alcuni aspetti già governata a livello normativo).

La **“casa circolare”**: è **pensata per essere smontata** e non demolita, grazie alla possibilità di una configurazione degli spazi non rigida in quanto intenzionalmente perenne, ma modulare.

La **“casa intelligente”**: assume **funzioni di controllo e regolazione**, anche a distanza, sui consumi -dall'acqua all'energia-, sul funzionamento degli apparecchi/apparati-elettrodomestici e sulle condizioni ambientali (umidità, temperatura).

La **“casa salubre”**: **favorisce la qualità della salute** grazie a materiali ad alta protezione anti-batterica, ad arredi senza colle e vernici, al protagonismo della luce naturale, gestita adeguatamente con soluzioni isolanti e schermature, a sistemi di ventilazione meccanica, alla presenza di piante con finalità non solo estetiche ma anche funzionali all'abbattimento degli agenti patogeni nell'aria.

La **“casa a basso impatto”**: **utilizza fonti rinnovabili** per la produzione di energia elettrica e termica, come il fotovoltaico o il solare termico per ridurre le emissioni di CO2 e facilitare l'autoconsumo energetico soprattutto se abbinati a caldaie e pompe di calore. **Impiega materiali naturali e facilmente smaltibili** come pietra, sughero, terra cruda, paglia, bambù, lino, fibra di cocco e lana di cellulosa, ma soprattutto il legno, l'acciaio e l'alluminio.

# I comportamenti sociali nei confronti dell'abitare

Le scelte e i desideri dichiarati riguardo l'abitare si allineano significativamente a queste tendenze. Una ricerca recente realizzata da Astarea per Stannah, impresa leader nel settore dei montascale, dimostra che **gli italiani pienamente soddisfatti della propria abitazione attuale sono il 30% della popolazione**, mentre il 58% appaiono possibilisti (“abbastanza soddisfatti”): una quota ampia, che allude ad una diffusa esigenza di condizioni abitative più adeguate. La soddisfazione nei confronti della propria abitazione dipende soprattutto dalla comodità, dalla congruenza con lo stile di vita della persona, dallo spazio disponibile.

Non sorprende se per molti italiani la condizione di promiscuità generata dal Covid abbia portato in primo piano alcuni limiti della propria abitazione, prima meno evidenti o meglio sopportati grazie al minore affollamento durante il giorno.

Il **cambiamento di casa o la ristrutturazione** negli ultimi 4 anni sono stati guidati **in modo minoritario da vincoli oggettivi**, come modifiche strutturali del nucleo familiare (il 14% si è messo a vivere con altre persone, all'11% si è ristretto il nucleo familiare, al 7% si è allargato), o il trasferimento in un'altra città (9%) o il cambiamento nel modo di lavorare (11%).

Ha invece svolto un **ruolo molto rilevante il desiderio di un'abitazione più bella**, più confortevole, più rispondente al proprio modo di vivere (48%).

La nuova casa presenta alcune significative differenze rispetto a quella precedente, in linea con i nuovi modelli abitativi: la **maggiore disponibilità di stanze o ambienti funzionali** come camere da letto, studio, ripostigli (23%),

bagni, o locali di servizio, ad esempio la lavanderia (23%), di spazi aperti, balconi, terrazzi, giardini (22%), conferma il **bisogno di un maggiore comfort domestico**.

Circa la metà di chi ha cambiato casa si trova ora in un quartiere con più servizi pubblici (48%), più aree verdi e giardini (48%), maggiore vicinanza ad amici e parenti (43%) rispetto a prima: una espressione del **concetto di città “a 15minuti”**, effetto aggiuntivo delle esperienze di prossimità vissute durante la pandemia.

Le motivazioni di **chi prevede di cambiare casa** in un futuro prossimo ricalcano ampiamente quelle di chi ha già traslocato. **Al primo posto**, con analoga percentuale di casi, 44%, **il desiderio di una casa più bella e confortevole**, mentre scorrono al secondo-terzo posto le esigenze familiari (18%: restrizione del nucleo familiare, 6%: allargamento del nucleo familiare, 9%: nuove esigenze in generale), piuttosto che il trasferimento in un'altra città (7%) o il cambiamento nel modo di lavorare (6%).

Analoghi anche i desideri sul “come” la casa nuova dovrà essere: più spazi aperti, balconi e terrazzi, 48%; più stanze/ambienti funzionali, 34%; più bagni o locali di servizio, 27%.

Molto simile peraltro (tra chi ha già cambiato casa e chi suppone di farlo a breve) la fisionomia del quartiere, con più servizi pubblici (45%), più aree verdi e giardini (57%), e una maggiore vicinanza ad amici/parenti.



# La sostenibilità al quotidiano

**L**a Sostenibilità come pratica quotidiana costituirà un fondamento sociale decisivo per le prospettive costruttive emergenti, che, come si è visto, si stanno orientando al Green. Una recente ricerca di Astarea illustra la propensione alla Sostenibilità non soltanto in termini ideologici, ma anche ai comportamenti domestici e di acquisto.

Un primo set di domande riguarda **le attività sostenibili svolte in casa**, tra le quali **spicca la raccolta differenziata**, abituale per la metà degli italiani dai 18 anni in su. Segue a poca distanza il “non spreco” dei prodotti alimentari (per il 41% comportamento abituale), e al terzo la riduzione del consumo di energia.

La seconda area tematica attiene, complessivamente, alla salute: il 24% prestano sempre attenzione alle etichette; il 20% adottano uno stile di vita sano; il 20% acquistano prodotti senza coloranti, conservanti e additivi nocivi. Acquistano abitualmente beni con certificazione ambientale, a KM 0, biologico, sia alimentare che non alimentare, il 15%, o meno degli italiani.

**Nell'area dei servizi i comportamenti sono meno diffusi**: il 12% utilizzano sempre i trasporti pubblici e la bicicletta al posto dell'auto privata, l'8% investono in prodotti finanziari con valore sociale ed ambientale, il 6% utilizzano Gruppi di Acquisto solidale e/o il commercio equo-solidale, il 5% si servono dello sharing (car-sharing e co-working, acquisto second hand).

**I “campioni” dei comportamenti sostenibili in casa, hanno tra 65 e 74 anni**: si impegnano sistematicamente alla raccolta differenziata, alla riduzione dei consumi di acqua, elettricità, di carta e dello spreco alimentare, alla sostituzione della plastica con materiali riciclabili e naturali.

Invece, le persone dai 18 ai 54 anni (parte della Z Generation, dei Millenials e della X Generation) più degli altri acquistano abitualmente prodotti biologici non alimentari, a Km.0 o direttamente dal produttore, hanno accesso allo sharing (car-bike-etc..), utilizzano il commercio o gruppi di acquisto equo-solidali, partecipano a raccolte di finanziamento popolare (crowd-funding), e investono in prodotti finanziari sostenibili.

Rispetto ai risultati di una analoga ricerca del 2019, immediatamente prima del Covid, **i comportamenti sostenibili a livello domestico restano complessivamente stabili**, mentre **quelli connessi alla salute ed ai servizi crescono**, se pure di pochi punti percentuali, ma sistematicamente.

Non è dato al momento sapere se i primi abbiano raggiunto attualmente la massima diffusione possibile, oppure se, qualora si diano fattori più motivanti, possano ulteriormente aumentare (come pensiamo).

Quanto ai secondi - di base molto meno diffusi perché più recenti e più condizionati da fattori strutturali (ad esempio la disponibilità sul territorio del car-bike sharing, piuttosto che l'offerta, e un'ampia comunicazione, delle piattaforme di crowd fownding), l'incremento fa ipotizzare che **qualche cosa si stia muovendo negli stili di vita della popolazione anche in questi ambiti**, peraltro in linea con le tendenze del Post-pandemia sottolineate.

Probabilmente sarà la **disponibilità (o meno) di condizioni favorevoli, a livello sia economico, sia normativo, sia istituzionale**, che potrà incentivarne (o meno) lo sviluppo.



**A S T Ā R E A**  
SOLUTIONS FOR MANAGEMENT

Astarea srl  
via Pietro Custodi 8  
20136 Milano  
t. +39 02 89423927  
f. +39 02 83390294  
[www.astarea.it](http://www.astarea.it)  
[infoastarea@astarea.it](mailto:infoastarea@astarea.it)