

ambiente **cucina**

BIMESTRALE NEW BUSINESS MEDIA - VIA ENTREÀ 21 - 20157 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - ISSN 0302-5730

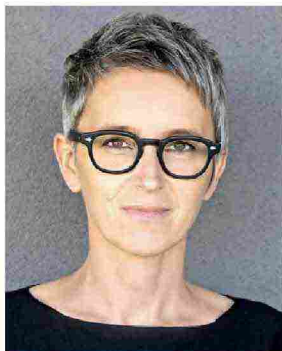
ANNO 49 LUGLIO | AGOSTO 2025

287

CONSUMI **ELETTRODOMESTICI**
DAGLI ALPHA ANALISI E TREND
ALLA SILENT GEN DAL MERCATO

VISIBILE INVISIBILE





Monica Graffeo,
designer e founder
Studio Monica Graffeo

PER NOI PROGETTISTI È MOLTO
STIMOLANTE PENSARE A COME
UNA PERSONA LAVORA, SI
MUOVE, DI COSA HA BISOGNO



In un'epoca in cui la casa, l'ufficio e gli spazi pubblici diventano estensioni sensibili della nostra mente e del nostro corpo, il design rigenerativo si afferma come una risposta progettuale avanzata, capace di unire neuroscienze, estetica e benessere. A raccontarcelo è **Monica Graffeo**, designer fondatrice dello Studio Monica Graffeo che da anni esplora questi temi in maniera concreta e visionaria. «Il tema dell'architettura legata alle neuroscienze lo affrontiamo da circa otto anni,

sviluppendolo in una serie di progetti in cui abbiamo introdotto in maniera consistente la riflessione sulla matericità. Le neuroscienze spiegano infatti quanto sia importante la ricchezza ricettiva di un ambiente per renderlo stimolante: ci attiva i neuroni e contribuisce al benessere». Gli studi neuroscientifici applicati al design hanno dimostrato come materiali, texture e geometrie possano incidere sul nostro stato cognitivo. Camminare su ciottolato o su una lamiera liscia, percepire l'odore del legno vero o la freddezza del metallo: sono tutti stimoli che attivano risposte emotive e fisiologiche. Ma il design rigenerativo va oltre la materia, toccando anche aspetti più sottili e profondi, quasi simbolici.

«Il design rigenerativo - spiega la designer - aggiunge temi ancora più specifici. Non si tratta solo di percezioni fisiche, ma della **capacità di uno spazio di rigenerare l'attenzione**. Dopo aver lavorato, ad esempio, è utile poter rivolgere lo sguardo verso un verde spontaneo, o verso una profondità visiva, come un quadro o uno scorcio ben progettato. Una stanza quadrata può creare un senso di chiusura, mentre elementi che suggeriscono fuga visiva o profondità aiutano a respirare meglio anche mentalmente». Ciò che rende questo approccio particolarmente efficace è la sua doppia anima: da un lato concreta, scientificamente validata; dall'altro più narrativa e sensibile. «Questi due ambiti, neuroscienza e design rigenerativo, hanno delle conferme a livello sperimentale che certificano i dati. Funzionano su due livelli diversi, ma sinergici». Il lavoro di Monica Graffeo in progetti per brand come Rexa Design e Caccaro mostra come queste teorie siano tradotte in scelte tangibili. Con Rexa, ad esempio, si è riflettuto sull'uso del corian, materiale sintetico dalla tattilità interessante

ma fredda, abbinandolo a materiali caldi come il cocciopesto o il mattone cotto. Il risultato? Un linguaggio materico che mette in dialogo pulizia formale e accoglienza sensoriale. Il riscontro più forte arriva dall'hotellerie e dal contract, dove l'identità sensoriale degli ambienti è la chiave.

La sensibilità di Graffeo si riflette anche nel metodo con cui lavora con i clienti: «Alcuni li coinvolgiamo raccontando apertamente il senso del progetto e costruendo insieme un percorso. Inserire materiali stimolanti ha implicazioni anche di costo, ma funziona anche la giusta dose, o l'aggiunta di elementi scenografici come luci Led leggere e diffuse che modificano la percezione di uno spazio. Con Caccaro, ad esempio, stiamo ragionando su come l'arredo possa intervenire sull'architettura di base, cambiandone le proporzioni e il peso emotivo. Usiamo elementi e linguaggi, come la luce e i sistemi divisorii, per dare nuove interpretazioni allo spazio».

Il design rigenerativo non è una moda passeggera: è una risposta ai bisogni di un mondo che cambia. Monica Graffeo osserva come le nuove generazioni abbiano un rapporto diverso con lo spazio e con il brand. «**Gli ambienti non sono più una cosa o l'altra**. La cucina può diventare soggiorno, l'ufficio è più fluido e accogliente. Anche **la struttura stessa dello spazio domestico va ripensata**». Questo anche perché il cliente finale oggi è più curioso, più consapevole, ma anche più esigente. Vuole capire, valutare, essere parte attiva. Da non dimenticare il ruolo del rivenditore, che è molto sensibile, perché rappresenta l'ultimo miglio che può fare la differenza: è sempre importante quindi riuscire a coinvolgere anche loro. «Ad esempio con Caccaro - sottolinea Graffeo - cerchiamo una forte collaborazione con i rivenditori disegnando i loro spazi e facendo capire i benefici della nostra concezione, ci mettiamo in dialogo per definirlo secondo le loro esigenze, in modo che possano a loro volta approcciarsi nel medesimo modo al cliente finale». Infine, il design rigenerativo riguarda anche chi lo fa. Innovare nel momento giusto, saper osservare, cambiare prospettiva. «Se sei curioso e vedi i cambiamenti, ti rimetti in gioco e puoi davvero rinnovare. È la cosa che ci affascina di più». Il design rigenerativo non è solo una tendenza, ma un linguaggio del futuro prossimo. Un modo di progettare che guarda alla salute mentale, alla sostenibilità emozionale e alla bellezza come attivatore di energia.

La parola a... LA DESIGNER

MONICA GRAFFEO. DESIGN RIGENERATIVO: LA FORMA DEL BENESSERE QUOTIDIANO CHE PARTE DA UNA VISIONE ARCHITETTONICA LEGATA ALLE NEUROSCIENZE E ALL'ANALISI DEI MATERIALI CHE POSSONO INCIDERE SULLO STATO COGNITIVO