



SALONE DEL BAGNO HASHTAG #TENDENZE

Chi le chiama tendenze, chi stili di vita e dell'abitare, si tratta in ogni caso di inclinazioni e talvolta aspirazioni verso modelli di ambienti e arredi che sta al mercato intercettare e tradurre in nuovi prodotti e proposte, con l'ambizione di modificare abitudini e gusti del consumatore. text by **Cristina Mandrini**

L'ambizione di tradurre i desideri in prodotti richiede ricerca e spirito imprenditoriale, partendo comunque dalla consapevolezza che l'ambiente di una casa può essere una storia da raccontare. E nell'era dello storytelling ogni singolo arredo e ogni singolo oggetto interpreta la sua parte all'interno di una trama fluida e mutante, che varia a seconda di chi lo usa, lo sposta, lo guarda, lo nasconde o lo esibisce. Gestì. Che segnano il vivere dentro casa e che nascono a loro volta da altri gesti, quelli di chi quegli arredi e quegli oggetti li crea e li produce. Alla vigilia del Salone Internazionale del Mobile di Milano (12 - 17 aprile, Rho Fiera Milano) ci si chiede quale storia racconterà quest'anno il Salone: quali tendenze, quali visioni e, perché no, quali sogni per le nostre case e per le nostre stanze. E quali opportunità per le aziende del settore arredo e per i mercati mondiali. Una piccola anticipazione ci arriva da Giovanni De Ponti, AD del Salone del Mobile.Milano, che ci racconta intanto le sue aspettative, in particolare per quanto riguarda il Salone Internazionale del Bagno che giunto alla sua 6a edizione tocca l'apice del successo della sua storia in termini di metri quadrati e numero di espositori italiani e stranieri. "Il 12 aprile 2016 aprirà i battenti la 6a edizione del Salone Internazionale del Bagno, punto di riferimento mondiale per il meglio del settore e strumento imprescindibile per le aziende che intendono sviluppare il proprio business su una dimensione internazionale. Il fatto che circa il 70% degli opera-

tori professionali che partecipano alla manifestazione provengono dall'estero rappresenta infatti un'opportunità unica per tutte quelle realtà imprenditoriali e progettuali che aspirano a rispondere alla crescente domanda di arredo bagno di qualità. Come confermano gli ultimi dati di import mondiale - sottolinea infatti De Ponti - nel 2014 la richiesta dell'arredo bagno è aumentata del 35% ed è cresciuta l'attenzione per prodotti di innovazione e design, da sempre caratteristica fondamentale della manifestazione. Stiamo riscontrando un'attesa di questa biennale molto alta, soprattutto da parte della community del design, per un salone che sta crescendo rapidamente e occupa ormai un posto da protagonista nella proposta complessiva del Salone del Mobile.Milano.

Nell'edizione 2016 daremo spazio alle soluzioni per il benessere, la cui ricerca ha ormai trasformato un ambiente di servizio in uno spazio per la cura della persona. Wellness e design dunque, ma anche e sempre più risparmio energetico: anche il sistema bagno riflette infatti profondamente un'esigenza green ormai molto diffusa e sviluppa nuove soluzioni e prodotti in grado di ottimizzare al meglio l'uso dell'acqua e dell'elettricità".

Come si tradurrà tutto questo in "tendenza" e "stili dell'abitare"? Lo ascoltiamo dalla voce di alcuni espositori del Salone Internazionale del Bagno che hanno accettato di darci qualche anticipazione.



AZZURRA BAGNI - Massimiliano Mazzarotto, responsabile vendite. "Le nuove soluzioni che presenteremo non organizzeranno lo spazio solo in base al perimetro, ma riusciranno a rendere il bagno protagonista e parte integrante dell'architettura della casa. Il filo conduttore sarà letto attraverso i **bi-nomi funzionalità-tecnologia e personalizzazione-identificabilità del brand.** Nel primo caso i materiali saranno i protagonisti: **laminati, laccati, metalli, vetri, gres, ceramiche in nuovi abbinamenti,** per ottenere un mix perfetto di leggerezza, sensorialità tattili e funzionalità attraverso la tecnologia. Nel secondo caso le soluzioni progettuali evidenzieranno una grande ricerca della **personalizzazione,** intesa come massima espressione nelle possibilità di scelta delle più innovative finiture, abbinata alla identificabilità del brand. Ogni progetto avrà quindi una propria storia, una propria configurazione e soprattutto una propria anima. In questa direzione, proprio per cercare di individuare idee e aspettative di un target giovane, abbiamo chiesto agli studenti dello **IED di Milano** di darci la loro visione del bagno futuro, visto e pensato da chi oggi si pone tra design e utilizzatore finale. Sarà esposta una ambientazione intitolata "**Personal Exposure**", dove gli studenti hanno inteso definire una nuova creatività espressa attraverso la loro personalità".



AZZURRA CERAMICA - Lorenzo Rossini, AD. "Azzurra da sempre è consapevole che il bello e la funzione debbano andare di pari passo in un prodotto veramente di qualità. Per questo la nostra proposta è ampia e diversificata e tocca tutti gli aspetti della progettazione dell'ambiente bagno. Questo stesso approccio si ritrova nel nuovo stand del Salone, progettato da Michele Pasini di Storage Associati, suddiviso in tre aree tematiche attraverso cui si svilupperà il racconto Azzurra: **la tecnologia, la personalizzazione del bagno completo su misura e l'arte pittorica.** Con il progetto **water saving** creiamo sanitari che favoriscono l'ambiente invece che svuotarlo del suo bene più prezioso: l'acqua. Con le nostre cassette abbinate ai wc, permettiamo di effettuare **scarichi completi con soli 3 litri con un risparmio del 70%** rispetto agli scarichi tradizionali. Al Salone proporremo poi prodotti su misura, con **taglio al centimetro** e realmente tailor made, costruiti cioè sulle esigenze specifiche di ogni tipologia di cliente. Ultimo ma non ultimo il progetto Azzurra Art con cui Azzurra esprime il massimo della creatività e del **colore sulla ceramica sanitaria,** grazie all'intervento di un architetto di fama mondiale.



COLOMBO DESIGN - Michele Colombo, presidente. "Il bagno è sempre più spesso considerato l'ambiente della casa dove rilassarsi e trovare l'equilibrio psicofisico. A questo contribuisce notevolmente **la doccia** che riveste un ruolo importante nella creazione di una sala confortevole, come dimostra la crescita del settore. **La tendenza attuale** è quella di preferire delle cabine doccia dalle **dimensioni importanti** e Colombo Design, in linea con questo trend, propone un'elevata qualità estetica e dei materiali, garanzia di comodità e sicurezza. La filosofia è la stessa applicata ai nostri accessori da bagno, tra le migliori proposte attualmente disponibili sul mercato in termini di design e rapporto qualità/prezzo. Oggi sul mercato sono presenti molti modelli per lo più realizzati con economie intrinseche di materiali, causa principale dei problemi di durata ed affidabilità nel tempo; il nostro obiettivo è dare la possibilità al consumatore di effettuare un **acquisto intelligente.** Per ottenere tale risultato e per colmare il vuoto del mercato, impieghiamo materiali di altissima qualità, rigorosamente Made in Italy, quali **ottone cromato e alluminio brillantato combinati col vetro temperato di 8 mm.**"



DORNBRACHT ITALIA - Guido Checchi, AD. "Al Salone presenteremo il nostro concept di Home SPA "**our personal health center**". Le rapidissime evoluzioni digitali hanno definitivamente trasformato l'interfaccia e l'approccio alle cose materiali e immateriali, e i nostri desideri e bisogni sono profondamente mutati, come quelli divenuti ormai imprescindibili

della salute e del benessere. Anche le architetture delle nostre abitazioni sono cambiate: il bagno ha un ruolo sempre più importante nel nostro spazio vitale. **Individualismo, digitalizzazione e sostenibilità,** sono i macrotrend che muovono la ricerca di Dornbracht, che risponde a questi bisogni facendosi promotore di un cambiamento culturale epocale per il settore: la **tecnologia** dei nostri sistemi consente estrema **personalizzazione e semplificazione,** e lavorando sul software è possibile utilizzare lo stesso prodotto per più esigenze, il che rende i nostri programmi **sostenibili** anche in termini di stile di vita, il bagno privato, così, può diventare uno strumento valido e necessario per vivere meglio. Pensiamo che sia diventato ormai indispensabile "coltivare" i rituali quotidiani dell'acqua per star bene. "**Culturing life**", appunto, nuovo claim dell'azienda."

GRUPPO SAMO INDUSTRIES - Chiara Suppiej, direttore marketing. "**Innovazione e personalizzazione** sono le parole chiave delle nuove proposte Samo e Inda presentate al Salone del Bagno. La ricerca di soluzioni sempre più funzionali e sofisticate è l'obiettivo principale dei nostri brand, che quest'anno propongono collezioni totalmente rinnovate e in grado di interpretare al meglio le principali tendenze contemporanee.



Per le pareti doccia, Samo offre soluzioni pratiche ed innovative come la **nuova chiusura soft-close e un'ampia gamma di colori** opachi con i quali personalizzare il prodotto. Nuove maniglie dal design minimal, cerniere sollevabili a filo vetro interno e profili minimali magnetici sono le novità del restyling delle cabine doccia Samo. Nel comparto mobili, grazie alla collaborazione con il designer Sergio Brioschi, Inda crea soluzioni di arredo complete, secondo un **approccio progettuale modulare, dinamico ed intuitivo.** Il concept total living di Inda propone uno stile unico e l'ambiente immaginato è uno **spazio armonioso,** in cui i componenti d'arredo sono protagonisti. Le nuove proposte si declinano attraverso i **mood più attuali:** New Classic che fonde elementi tradizionali e tendenze contemporanee; Industrial Shabby Chic, di origine scandinava e anglosassone, presenta forme ricercate grazie al recupero di elementi di derivazione industriale riadattati all'interno della contemporanea quotidianità; Nordic Style coniuga l'eleganza della palette cromatica, composta da tonalità di grigio e bianco, nero e beige, con le caratteristiche del legno; Contemporary, che grazie a linee moderne e attuali crea ambienti accoglienti e rassicuranti."

FLI FANTINI - Daniela Fantini, AD. "Al Salone presenteremo vari prodotti nuovi, progettati da autori internazionali dalla cifra stilistica diversa ma legati dalla cura del design, fil rouge trasversale di tutta la produzione. C'è qualche incursione in nuovi territori, con **materiali innovativi,** data la nostra attitudine alla sperimentazione. **La sostenibilità è un prerequisito** per tutti i nostri prodotti, che sono Lead Free, privi di piombo, nel rispetto della normativa NSF/ANSI 372 degli USA, attualmente la più avanzata norma internazionale a tutela della salute dei consumatori. Stiamo inoltre ampliando la gamma dei prodotti in **acciaio inossidabile,** materiale eco-compatibile per eccellenza, che garantisce massima igiene e alta resistenza alla corrosione. Quando mettiamo in cantiere un nuovo prodotto, pensiamo a un target che ama prodotti di qualità e duraturi, che danno massima garanzia dal punto di vista tecnologico-costruttivo e dell'affidabilità del marchio, che non passano di moda. Un target trasversale, di età diverse, che si riconosce in uno stile di vita sobrio e sostenibile, e che mette la qualità dei prodotti al primo posto. Crediamo che sia questa la tendenza più attuale del mondo bagno: materiali, arredo bagno e accessori non si cambiano tanto facilmente, devono essere di **lunga durata.**"



GRAFF - Emanuela Tavolini, director of sales Europe. "Le nuove proposte Graff per il Salone includono un'offerta completa per il settore doccia, un **programma wellness** che, grazie alla sua **ecletticità** permetterà di dare risposte a chi ricerca estetica, funzionalità, tecnologia, **eco sostenibilità e performance.** Il programma comprende dei termostatici modulari che



SPECIALE SALONE

permettono di unire rubinetti d'arresto a deviatori, potendo scegliere o di controllare più getti con alte portate in modo simultaneo o in alternativa di optare, grazie ai deviatori, per soluzioni più ecosostenibili. Il sistema può essere abbinato ad un'ampia gamma di nuovi soffioni con diverse caratteristiche: alcuni uniscono la tecnologia dell'adduzione di aria al flusso d'acqua per ottenere efficienza e comfort; altri progettati per montaggio a soffitto combinano la funzione del vaporizzatore all'effetto pioggia. Un'ulteriore novità è una serie di lavabi e vasche **centro stanza di tendenza classica e moderna**. Abbiamo pensato a un target medio alto: Graff infatti con il suo know-how e la sua capacità produttiva all'avanguardia ha la possibilità di inserire nel mercato sia prodotti in linea con le limitate esigenze di budget, sia collezioni dalla complessità tecnologica e unicità del design che rendono la progettazione del prodotto esclusiva."



GRUPPO ZUCCHETTI. KOS - Elena Zucchetti, CEO. "Le creazioni Zucchetti. Kos disegnano un bagno personalizzato per ciascun utente. La **versatilità e trasversalità** che caratterizzano i nostri prodotti fa sì che ogni progettista possa trovare il mix e le soluzioni ideali per ogni esigenza, dal bagno metropolitano alla sala da bagno contraddistinta da spazi importanti, fino alle proposte per Spa o bagni d'hotel. Tuttavia in ogni contesto, il bagno firmato Zucchetti. Kos diventa **luogo di relax, dedicato al benessere** del proprio utilizzatore. Lavoriamo da anni per comprendere e soddisfare gusti e culture diverse ed essere sempre trend setter, proponendo soluzioni originali. Per fare questo cooperiamo con diversi designer che ci affiancano per dare una **interpretazione inedita** del benessere quotidiano. Come sosteneva Richard Sapper, partiamo da qualcosa che sentiamo che ancora non c'è... e da qui approfondiamo sia gli aspetti creativi sia quelli tecnologici e funzionali: un percorso affascinante che di volta in volta ci porta su strade diverse, senza però dimenticare che vogliamo che i nostri **prodotti** siano **sostenibili ed amici dell'ambiente**. Al Salone del Bagno porteremo questa nostra visione di wellness, declinata attraverso i prodotti più nuovi sia in ambito strettamente bagno, che in ambito outdoor".



KALDEWEI - Donata Donzelli, sales director Kaldewei Italia. "Innovazione costante ed estetica ricercata, **linee pulite ed essenziali, versatilità, ispirazione e creatività**: sono alcuni dei termini che definiscono Kaldewei e confermano il suo ruolo nel settore del bagno contemporaneo. Al prossimo Salone del Bagno l'azienda continua il percorso intrapreso lo scorso anno: una nuova, importante stagione, segnata dalla collaborazione con designer come Arik Levy e Anke Salomon e dall'introduzione di un nuovo segmento di mercato: **i lavabi in acciaio smaltato**. L'ampliamento di gamma risponde in modo coerente alle esigenze di progettisti e clienti, che possono contare su un linguaggio estetico armonioso e uniforme e su tonalità cromatiche abbinata per il piatto doccia, la vasca da bagno e il lavabo, **tutti in acciaio smaltato garantito 30 anni**. Alle novità si aggiungono i 35 nuovi formati del piatto doccia smaltato e il nuovo scarico ultra piatto con cui si possono realizzare docce a filo pavimento con un'altezza costruttiva di soli 60 mm. L'ampiezza della gamma e la **versatilità delle soluzioni** proposte, insieme alle caratteristiche uniche dell'acciaio smaltato, agli accessori e alle tante differenti finiture, permettono a Kaldewei di rispondere ad ogni richiesta, garantendo **benessere alla portata di tutti**, sia in ambito domestico che nel contract, in casa o in una stanza d'albergo."



KOH-I-NOOR - Gianluca Marvelli, AD. "Koh-i-noor da anni si distingue sul mercato, nazionale e internazionale, per le sue collezioni di accessori e complementi per il bagno, che esprimono un **design sobrio** ma non banale, strettamente legato alla qualità produttiva (senza compromessi). Design concepito come **espressione di forme legate a determinati materiali, finiture e tecnologie**. La presentazione al Salone del Bagno di una nuova linea di complementi per il bagno, a firma Itamar Harari, è il frutto della scelta di cimentarsi in una nuova tipologia di prodotti che completi

la gamma attuale, seguendo sempre le caratteristiche formali, funzionali e tecniche proprie dei prodotti Koh-i-noor. Una serie di oggetti di 'contenimento' dal design sempre equilibrato, funzionale e di impatto che porta all'estremo la capacità di maneggiare la lamiera verniciata, il vetro e le finiture. Una collezione intesa a **tramutare gli accessori da bagno in oggetti d'arredo**, con una gamma di colori che spazia dall'intramontabile bianco alle nuance più calde sino alle tonalità polverose come il tiora. Prodotti modulari dove l'elemento distintivo del "contenere" annulla i confini delle singole funzioni, grazie alle molteplici tipologie compositive che riprendono l'uso della colonna da terra girevole, allo specchio contenitore, al pensile, al carrello... Una linea rivolta ad un **target trasversale** che aspira ad una stanza da bagno efficiente, razionale, flessibile".

IDEA GROUP - Roberto Lucchese, contitolare. "Il Salone del Bagno è un appuntamento mondiale visitato da una clientela internazionale preparata a valorizzare anche il minimo dettaglio. In questo contesto Idea Group riesce quindi a esprimere al meglio la sua visione di stanza da bagno. Il nostro impegno sarà quello di trasferire alla clientela l'alta personalizzazione e la **ampia trasversalità** che offriamo mediante i vari brand del gruppo, con cui riusciamo a coniugare **prodotti su fasce di prezzo diverse**, funzionali e democratici fino a collezioni sartoriali per le quali abbiamo riscoperto la manualità Made in Italy. L'uso di materiali come il **vero legno, resine, laccature** in tendenza con il mondo dei rivestimenti, i vetri, gli Hpl, Aquatek colorati, in abbinamento ai laccati, ci hanno permesso di **rompere la monotonia del bianco totale**. Non possiamo e non dobbiamo dimenticare il forte impegno profuso nel segmento doccia, con linee di box doccia e piatti che interagiscono integrandosi con la linea dei mobili, sia nei colori abbinabili che nell'estetica. Un progetto bagno Idea Group offre soluzioni complete nel rispetto i bisogni dei clienti oltre che la natura e l'ambiente di lavoro. Quindi all'imminente Salone ci presenteremo con delle novità su collezioni collaudate e di successo nonché con una nuova collezione che proprio in questa rassegna avrà il suo trampolino di lancio."



LINEABETA - Marco Zampieri, direttore commerciale. Forti della collaborazione con i nostri partner, per il prossimo Salone Internazionale del Bagno il nostro focus sono le **nuove linee di rubinetteria in acciaio inox**. In particolare una collezione di rubinetti disegnata dal premio Nobel Edouardo Souto de Moura caratterizzata da linee minimali e precise e da un **prezzo concorrenziale**: coerente con la nostra filosofia "Everyday Design". Presenteremo anche nuove collezioni di accessori in acciaio, che andranno a completare l'offerta degli accessori a muro, coordinandosi con la rubinetteria. In questo stesso ambito andremo a proporre nuove finiture di tendenza come **il sabbia o il satinato**. Il Salone sarà anche l'occasione per presentare il nostro nuovo catalogo Contract: **pubblico e privato, per noi di Lineabeta sono la stessa cosa**. Il bagno deve essere un luogo che ti fa sentire come a casa: **pratico, funzionale e accessibile da chiunque** in qualunque momento. Deve rispondere alle esigenze di tutti, senza distinzione di genere, età, (dis)abilità, offrendo sempre altissimi standard di igiene, qualità e sicurezza. **Per Lineabeta non esiste "un tipo di bagno", esistono le persone**. E' a loro che dobbiamo rivolgere la nostra attenzione. Per questo il nostro unico mantra sono le parole "Design, funzionalità e accessibilità".



NEWFORM - Massimo Giroldi, AD. "Quest'anno saremo di nuovo presenti al Salone del Bagno con numerose nuove idee e collezioni per rappresentare il Made in Italy ad una fiera di livello internazionale. Proposte dall'**approccio innovativo**: la creatività che abbiamo nel realizzare i progetti ci permette di diventare icona del design italiano e di produrre linee riconoscibili ed identificabili oltre che affidabili. Individuando le tendenze dei mercati, disegniamo anche delle linee prodotto dedicate: un punto di forza per allargare gli orizzonti, creando anche versioni speciali in linea con gusto, cultura e mode dei vari Paesi. La nostra esposizione in fiera

