

settembre 2022 - e-duesse.it

ad

ABITARE
il BAGNO

IDEAGROUP
CROMIE E MATERIALI
RACCONTANO LA NUOVA
ELEGANZA

SPECIALE PROGETTO
I CONTRACT
PIÙ INTERESSANTI

GREEN INDUSTRY
IL VALORE AGGIUNTO
DELLA SOSTENIBILITÀ

AL CENTRO DEL PROGETTO

Cinzia Cumini e Vicente García Jiménez, founder e designer dello studio García Cumini

ASTRA

design: Giulio Cappellini



SpazioFlaminia via Solferino 18 Milano ph: Paolo Carlini

→ **FLAMINIA.**



ab

ABITARE
il BAGNO

Il prodotto del mese

LUXOR
Arbi Arredobagno



Luxor

Il lusso ricercato nell'ambiente bagno contemporaneo

Arbi Arredobagno presenta la nuova collezione Luxor che riscrive i canoni della bellezza del passato analizzandoli sotto la lente di un linguaggio più contemporaneo.

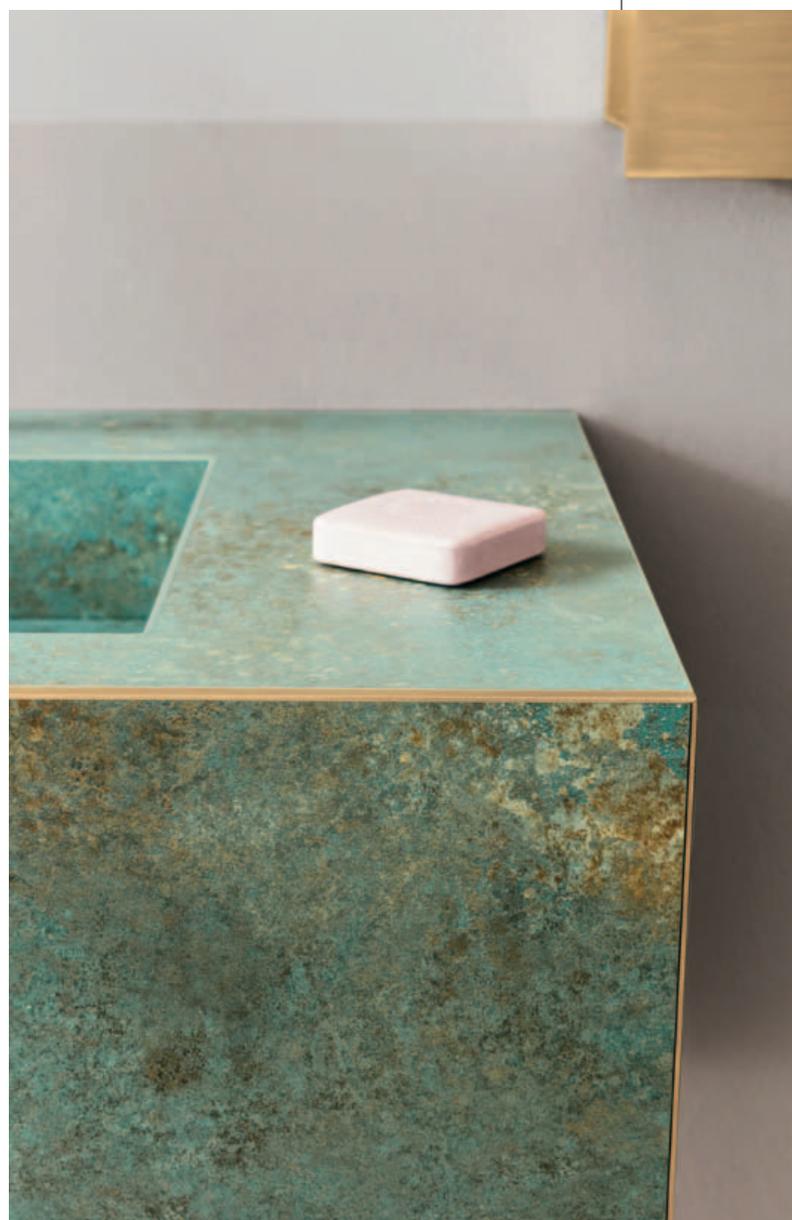
Personalizzazione, dettagli ricercati e materiali performanti rappresentano il codice espressivo della collezione che parla di un nuovo sofisticato minimalismo capace di esaltare il tratto semplice del design e la raffinatezza delle soluzioni tecnologiche.

Disegnata dall'ufficio R&D di Arbi, Luxor - perfetta sintesi di eleganza - seduce per le lavorazioni preziose e le texture innovative.



CROMIE PROTAGONISTE

In una sapiente combinazione di varietà materiche e cromatiche, l'anta sottile con apertura push-pull e telaio in alluminio oro spazzolato, nero ossidato o bianco sviluppa un frontale a filo top concepito per accogliere eleganti pannelli dalle diverse finiture. I classici Laminam e Gres si arricchiscono della nuova tinta Verde Alpi Lucido, Terra di Matera e Terra di Saturnia, mentre al legno Rovere si affianca la finitura Millerighe, proposta anche in Quarzo resina. Tra le recenti innovazioni in grado di enfatizzare la valenza estetica del mobile anche la nuova variante Intreccio, disegnata dallo studio García Cumini, la cui texture ricorda la lavorazione del vimini.

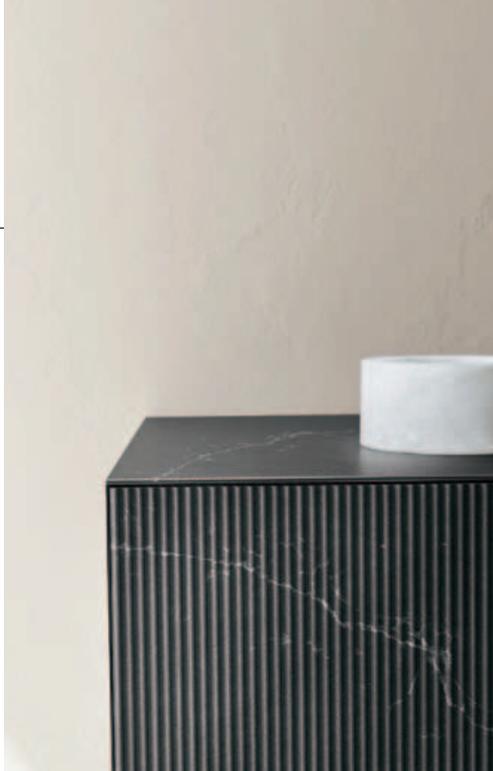


DETTAGLI E COMPLEMENTI PREZIOSI CHE ARREDANO

Ad arricchire il catalogo Arbi, l'inedita specchiera Ajour che veste in maniera autorevole l'intera parete e ulteriori nuovi elementi disegnati dallo studio García Cumini quali il lavabo Roman, disponibile nelle versioni basso, monolite e mezzo monolite e la madia Reed dal fascino senza tempo caratterizzata da ante curve in finitura Intreccio, che può trovare collocazione in tutti gli ambienti della casa.

Ogni composizione di Luxor può essere abbinata ai lavabi, piani top, specchiere, faretti, accessori e complementi presenti nel listino Arbi e ai box doccia, piatti doccia, vasche freestanding e termoarredo presenti nel programma Ibra Showers, dando la possibilità a chiunque di portare nella propria quotidianità arredi originali e totalmente made in Italy.

Composizione Luxor costituita da: base sospesa in quarzo resina Charcoal con frontale Millerighe, profilo Nero e piano top con lavabo Plaza integrato; specchiera Pois, faretto Wand e portasalviette Tokh. A destra, vasca Elsa in mineral composit Bianco opaco e elementi Kubo Folding a giorno in finitura laccato Grigio Bromo opaco.



Close up della composizione Luxor costituita da: base sospesa in quarzo resina Charcoal con frontale Millerighe, profilo Nero e piano top con lavabo Plaza integrato; sopra, specchiera Pois.





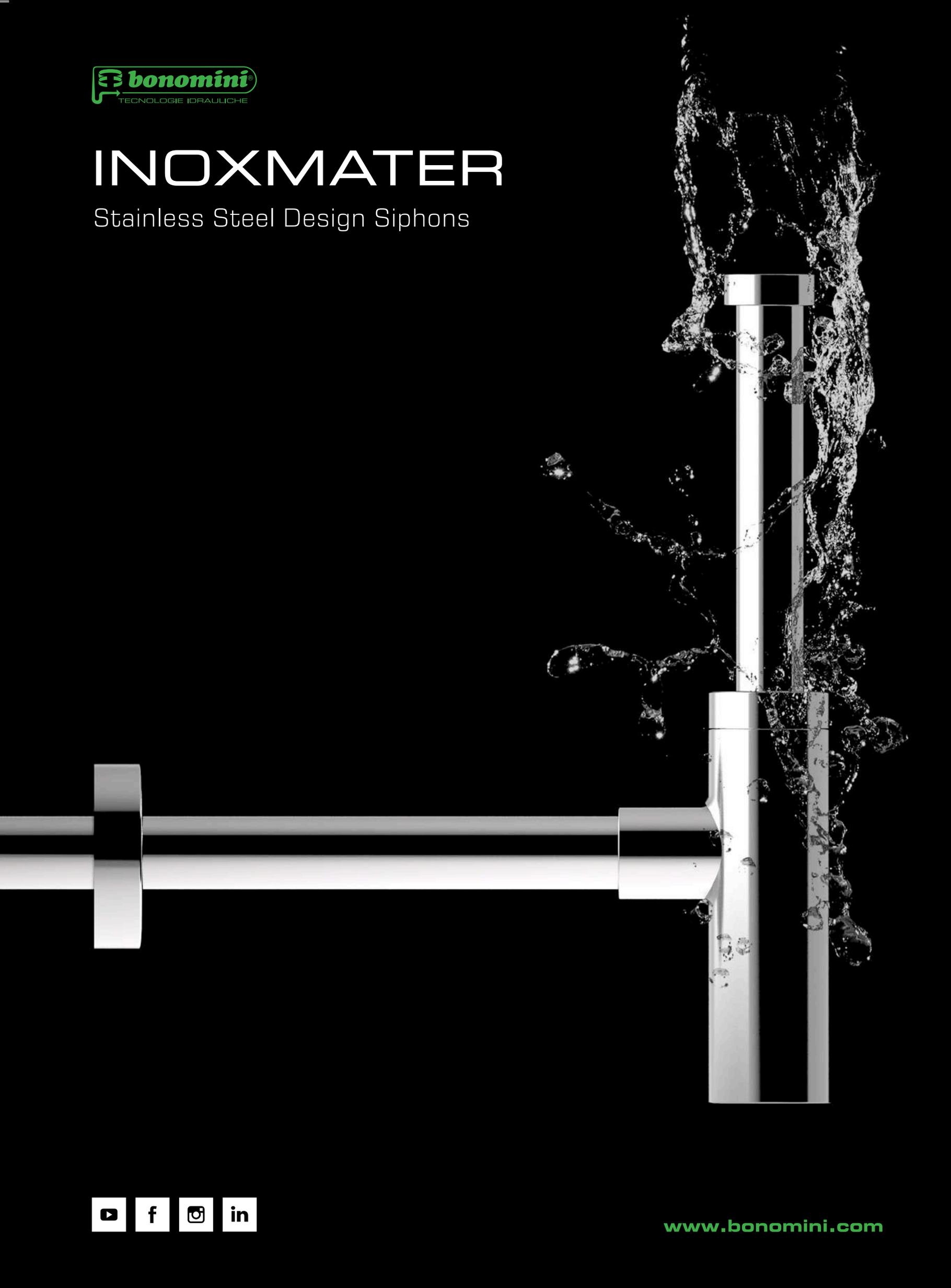
Mobile monoblocco con struttura in alluminio Oro, base portalavabo in quarzo resina Dark con frontale Millerighe, piano top con lavabo integrato Kuki in quarzo resina Dark; specchiera Pandora; appendini e portasalviette Tokh – design García Cumini. A destra, box doccia Icon e piatto doccia Elle del catalogo Ibra Shows; mensola Slide colore Oro; mobile sospeso in quarzo resina Dark con frontale Millerighe e pensili in laccato Nero opaco con ante vetro.



Dettaglio del mobile monoblocco, proposto nella composizione in quarzo resina Dark con frontale Millerighe; piano top con lavabo integrato Kuki in quarzo resina Dark e struttura in alluminio colore Oro; portasalviette Tokh – design García Cumini - colore Oro/Nero.

INOXMATER

Stainless Steel Design Siphons



NON POSSIAMO STARE FERMI

Il Salone del Mobile si è chiuso da meno di un mese con 262 mila partecipanti provenienti da 173 Paesi. Certo, non sono i numeri record del 2019 ma, se guardiamo gli ultimi due anni, possiamo affermare che è stata un'ottima edizione. E se è vero che di cinesi se ne sono visti pochi, non sono mancati i clienti e buyer importanti dalla Corea, dall'India, dal Brasile, dal Nord America (e qualcuno anche dalla Russia) che, pur di esserci, hanno fatto il giro del mondo e hanno accettato lunghe quarantene.

Tutto questo prova che Milano si è ripresa lo scettro, e la sua leadership ne è uscita confermata e rafforzata. Da una parte, la Fiera è stato un vero e proprio evento business, dall'altra la città di Milano si è messa 'in secondo piano' per dare risalto ai suoi quartieri. Galleria-Quadrilatero, Porta Venezia, Brera, Navigli, Sarpi-Chinatown, Nolo, City Life, Porta Romana, Isola si sono trasformati in mete, ognuna con la propria identità; dei veri e propri hub creativi, vestiti a festa per l'occasione. E poi ovviamente l'industria che ha messo in scena il meglio della produzione mostrando la continua evoluzione della stanza da bagno che si fa sempre più tecnologica, green ed emozionale.

Certo, tutto bene, tutto bello. Il Salone è stato un tonico per tutto il settore (Confcommercio ha stimato un indotto di circa 250 mln di euro generato su Milano) e tra poco inizierà il Cersaie a Bologna. Ma all'orizzonte si intravede già qualche nuvola. Sebbene l'anno sia iniziato bene, le imprese restano preoccupate per la situazione economica e geopolitica internazionale che non migliora, per i costi ancora fuori controllo di energia e materie prime e per gli effetti dell'inflazione sulla domanda. E solo in autunno si capirà come tutto questo inciderà effettivamente sulle performance del settore.

Nel frattempo cosa fare? Ovviamente non ci sono ricette, ma certamente non bisogna perdere il "good mood" e bisogna continuare a investire in retail marketing, comunicazione ed eventi. E poi occorre ragionare in ottica di filiera e sollecitare le associazioni affinché dialoghino al più presto col Governo per mettere in campo strumenti per incentivare la domanda. Il settore ha le spalle larghe e le aziende dell'arredobagno hanno il vento in poppa, ma non possiamo stare fermi ad aspettare.

Arianna Sorbara

**VI SIETE GIÀ ISCRITTI
ALLA NEWSLETTER DI AB?**

BASTA COMPILARE IL FORM

PER RESTARE SEMPRE AGGIORNATI
SULLE NOTIZIE PIÙ ATTUALI
DEL SETTORE, I TEMI PIÙ IMPORTANTI
E GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI.



VI ASPETTIAMO ANCHE
SULLA NOSTRA PAGINA FACEBOOK!
CLICcate MI PIACE,
COMMENTATE E CONDIVIDETE!

3 **PRODOTTO DEL MESE**

Luxor di Arbi Arredobagno

12 **NEWS**

Cosa succede nel mercato

15 **OSSERVATORIO**

Gli Italiani e la casa: quanto spendono e dove comprano

16 **GREEN INDUSTRY**

Il valore aggiunto della sostenibilità

24 **REAL ESTATE**

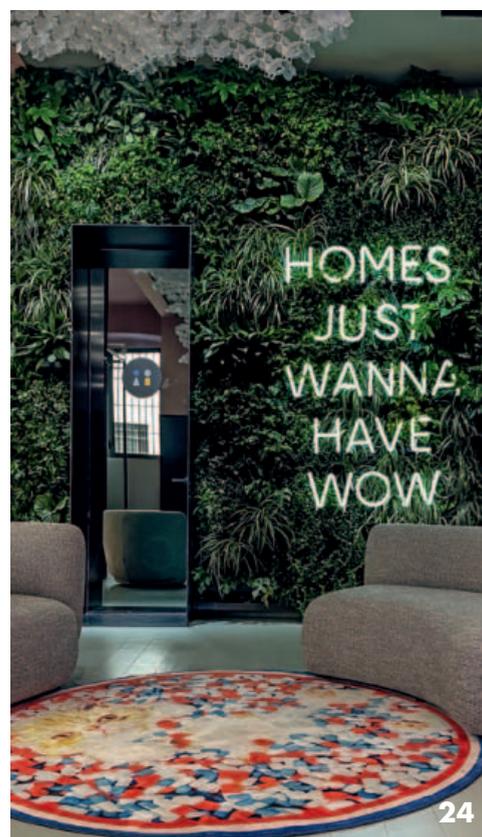
Arriva Livinwow (e rivoluziona l'home design)

28 **INNOVAZIONE**

Ideagroup: cromie e materiali raccontano la nuova eleganza



3



24



18

18 **COVER STORY**

Al centro del progetto
Intervista a Cinzia Cumini e Vicente García Jiménez,
founder e designer dello studio Garcia Cumini.



28

32 **RICERCHE**
L'essenza del marmo

35 SPECIALE CONTRACT

- 36** Antrax IT
- 38** Artesi e Margraf
- 40** Azzurra
- 42** Cea
- 43** Ceramica Cielo
- 44** Ceramica Del Conca
- 46** Devon&Devon
- 48** Duravit
- 50** Effe
- 52** Fir Italia
- 54** Flaminia
- 56** Grohe
- 58** Himacs
- 60** Ideal Standard
- 62** Kaldewei
- 63** Kreoo
- 64** Ritmonio
- 66** Sicis
- 67** Stone Italiana
- 68** Tubes
- 71** Vismaravetro
- 72** Zucchetti



PVD
color collection

Eleganti finiture per il tuo lavabo di classe



Il segreto
è nella semplicità.

LIRA^{SpA}
since 1925
MADE IN ITALY www.lira.com

Valduggia (Vercelli) - ITALY
info@lira.com



NON SOLO BAGNO!

Rimanendo in ambito design...
non dimenticate di scaricare anche
LA APP DI PROGETTO CUCINA
per essere sempre aggiornati
sulle ultime tendenze del mondo
delle cucine e degli elettrodomestici.



FREE

**PROGETTO
CUCINA**



Lo stabilimento Nobili a Suno in provincia di Novara.

NOBILI: FATTURATO RECORD E INVESTIMENTI

Leader europeo per pezzi prodotti e venduti in Europa, cresce in modo importante anche nel I semestre 2022.

La Nobili continua a battere record: il fatturato del 2021, 94 milioni di euro, è il più alto mai raggiunto nei suoi 68 anni di attività. La crescita rispetto al dato 2020 sfiora il 23%. Sul mercato italiano l'aumento è stato ancora maggiore: il 50%.

Nel 2021 l'azienda ha venduto 3 milioni di prodotti e si appresta a inaugurare nella primavera 2023 oltre 50.000 mq di nuovi stabilimenti, che porteranno a 150.000 mq la superficie complessiva del polo produttivo di Suno (NO), uno dei più estesi e avanzati d'Europa.

Nel primo semestre 2022 la progressione continua con una crescita di 4 milioni di euro sul corrispondente periodo dello scorso anno. Nobili è la prima azienda europea di rubinetteria per pezzi prodotti e venduti nel continente.

Nobili esporta il 70%, della produzione in 90 Paesi del mondo: Francia in primo luogo, seguita da Germania e Belgio.

CONFINDUSTRIA CERAMICA: SAVORANI CONFERMATO

Resta Presidente per il biennio 2022-2023. Rieletti anche i vice Presidenti uscenti.

L'Assemblea di Confindustria Ceramica ha rieletto Giovanni Savorani quale Presidente dell'Associazione per il biennio 2022 – 2023. L'Assemblea ha anche confermato i cinque vicepresidenti: Augusto Ciarrocchi, Luigi Di Carlantonio, Franco Manfredini, Filippo Manuzzi ed Emilio Mussini.

Giovanni Savorani, faentino, 73 anni, dopo una lunga carriera alla Cooperativa Ceramica di Imola e poi in Sacmi e Ceramiche La Faenza, ha fondato nel 2006 Gigacer ed è presidente di Confindustria Ceramica dal giugno 2018.



Giovanni Savorani

DE'LONGHI VENDE DL RADIATORS

Acquisita dal gruppo inglese Stelrad, leader europeo nel settore.

Con 350 dipendenti e quasi 87 milioni di fatturato 2021 DL Radiators è leader nella produzione di radiatori tubolari, termoarredo e piastre. Il 100% dell'impresa parte del gruppo De' Longhi, è stata acquisita dal gruppo inglese Stelrad, leader nella produzione e distribuzione di radiatori nel Vecchio continente e in particolare sul mercato britannico (fatturato: 232 milioni di sterline). DL Radiators era stata scorporata qualche anno fa dal gruppo De' Longhi. In febbraio era stato deciso di chiudere lo stabilimento di Fossalta di Piave, nel Veneziano che dava lavoro a 120 persone in parte riassorbite negli stabilimenti del gruppo De'Longhi, concentrando la produzione a Moimacco nell'Udinese.



Antonio Linares, Senior Managing Director di Laufen e, a destra, Claudio Luti, presidente di Kartell.

KARTELL E LAUFEN RINNOVANO L'ACCORDO

Prosegue il progetto industriale con il leader svizzero dell'arredobagno.

'Squadra che vince non si cambia' e quindi è stato rinnovato il progetto che lega Kartell a Laufen per sviluppare nei prossimi anni prodotti sempre più innovativi con materie di nuova generazione che vanno nella direzione di un bagno dalle connotazioni sempre più sostenibili. "Siamo felici di dare seguito a questo progetto industriale che per Kartell è molto importante", commenta Claudio Luti, presidente di Kartell, "abbiamo riscontrato molto successo posizionando nella fascia alta del mercato i nostri prodotti a catalogo. L'offerta mescola la qualità della ceramica Laufen con le geometrie del design Kartell e ci consente di allargare la nostra presenza su più fronti".

L'idea di bagno di Kartell – Laufen è un progetto completo e integrato: un ecosistema interconnesso dove i lavabi, i sanitari, le rubinetterie, i piatti doccia e le vasche si mescolano alle trasparenze del policarbonato di ultima generazione e ai materiali plastici più nobili e sostenibili. "Abbiamo fatto un bellissimo viaggio da quando abbiamo iniziato nel 2013", ha detto Antonio Linares, Senior Managing Director Laufen, "in Laufen abbiamo una passione per il design e l'innovazione e non possiamo pensare a un compagno di viaggio migliore di Kartell".



Ideal Standard

Singular
from Ideal Standard



Photo: Carlo William Rossi + Fabio Mureddu - AD - ps+a

Linda-X + Joy

Atelier Collections

DESIGN LUDOVICA+ROBERTO PALOMBA



BONUS CONDIZIONATORI: 50, 65 O 110%?

Quale tipo di incentivo consigliare al cliente interessato a usufruire dei bonus?

La presenza di incentivi governativi può convincere il cliente all'acquisto di un condizionatore. Quali sono le alternative?

50%: poco ma 'facile'. L'opzione più semplice è accedere al bonus che consente di detrarre nell'arco di 10 dall'imponibile il 50% del costo di acquisto e installazione. Occorre inviare all'Enea entro 90 giorni dalla fine dei lavori la 'comunicazione semplificata' e la documentazione di un bonifico 'parlante'. Possono accedere al bonus i condizionatori acquistati nell'ambito di opere finalizzate a conseguire risparmi energetici in edifici residenziali. Non è necessario sostituire un eventuale modello precedente.

65%: qualcosa in più ma... La sostituzione di impianti di climatizzazione invernale gode della detrazione in 10 anni del 65% della spesa se l'impianto vecchio è sostituito o affiancato a uno considerato ad alta efficienza (ci sono apposite tabelle). Occorrono però una scheda descrittiva dell'intervento redatta da un tecnico abilitato, le schede tecniche delle pompe l'asseverazione di un tecnico abilitato. Insomma... è probabile che il gioco non valga la candela.

110%: tutto gratis se... L'acquisto di un condizionatore potrebbe essere 'trainato' dagli interventi tesi a migliorare l'efficienza energetica di un edificio possono godere del ben noto super ecobonus del 110%. Ma solo se la pratica è stata avviata nei mesi scorsi. Altrimenti la strada è sbarrata.



NUOVO CENTRO LOGISTICO PER GROHE

A Porta Westfalica Lixil ha aperto un centro di distribuzione per servire i mercati professional europei.

Lixil ha inaugurato un nuovo centro di distribuzione per Grohe a Porta Westfalica, Germania. La nuova struttura è equipaggiata con una tecnologia di stoccaggio all'avanguardia per ottimizzare ulteriormente l'efficienza e la capacità produttiva dei sistemi sanitari Grohe. "Siamo entusiasti della nuova struttura che si aggiunge al nostro sito di produzione a Porta Westfalica.

Incrementare la produzione attraverso operazioni logistiche di prim'ordine è fondamentale per essere perfettamente preparati per il futuro", ha affermato Jonas Brennwald, Leader Lixin Europa Medio Oriente Nord Africa.

Gli avanzati sistemi di stoccaggio e di trasporto, incluso un sistema di movimentazione bancali completamente automatizzato e un software all'avanguardia, garantiscono una migliore efficienza. Lo stabilimento di Porta Westfalica produce principalmente i prodotti del sub-brand Grohe Professional dedicati specificamente per i professionisti del settore idro-termo sanitario.



AIDIA E ORSOLINI PREMIANO LE DONNE

L'azienda fra i partner di 'Idee per un Mondo che Cambia', il premio di Aidia per valorizzare il pensiero e il lavoro della donna.

L'Associazione Italiana Donne Ingegneri e Architetti, (Aidia) ha dato il via alla prima edizione del concorso 'Idee per un Mondo che Cambia' che intende premiare laureate in Ingegneria e Architettura che abbiano realizzato azioni o progetti innovativi, coraggiosi e creativi in grado di migliorare la qualità della vita e arricchire positivamente il tessuto sociale o urbano nel quale ricadono. In linea con le policy governative che puntano a ridurre il divario di genere e promuovere l'empowerment femminile. Tutti valori condivisi anche da Orsolini, leader della distribuzione specializzata di materiali edili, finiture e soluzioni per l'interior design in Italia, che figura tra i partner del concorso.

CONTO ALLA ROVESCIA PER IL CERSAIE

Grande attesa per la fiera che si terrà a Bologna dal 26 al 30 settembre.

In tutto il mondo, nelle agende di chi si occupa di ceramiche e arredobagno, i giorni dal 26 al 30 settembre sono off limits, riservati all'evento che si terrà nei padiglioni della Fiera di Bologna: l'appuntamento internazionale più importante per chi si occupa di design delle superfici, di ceramiche e nel settore dell'arredo bagno. Nell'ultima edizione, Cersaie ha visto la partecipazione di 63.000 visitatori di cui 24.000 esteri e 626 espositori (di cui 236 esteri) in un'ampia area di 150.000 metri quadri.



GLI ITALIANI E LA CASA: QUANTO SPENDONO E DOVE COMPRANO

IL 70% DEGLI ITALIANI PROGETTA LAVORI E MIGLIORIE PER LA PROPRIA ABITAZIONE PER I PROSSIMI DODICI MESI. PER REALIZZARLI IL 43% PENSA DI RICORRERE A FORMULE DI FINANZIAMENTO.

Per molti la casa è espressione del proprio modo di essere e l'arredamento ne rappresenta, forse, la parte più importante. Per arredare la propria abitazione gli italiani hanno spesso fatto ricorso al credito al consumo, con **finanziamenti finalizzati che nel 2021 sono cresciuti dell'11,8%** rispetto all'anno precedente per un controvalore pari a 1,8 miliardi di euro. Si tratta di un settore in continua trasformazione, in cui la maggiore attenzione alla sostenibilità sta aprendo le porte verso nuovi modelli 'green', in linea con le nuove esigenze dei consumatori. Ma oltre alla sostenibilità, dall'**Osservatorio Compass** dedicato a casa e arredamento, rilasciato a pochi giorni dalla settimana del design di Milano, emergono altri trend: su tutti, il peso sempre più determinante dell'online soprattutto tra i giovani, per acquistare complementi d'arredo.

PROPRIETARI DI CASA SODDISFATTI, MA...

La pandemia da Covid-19 ha rafforzato per gli italiani l'importanza della casa nel proprio ordine valoriale (94% degli intervistati). Nonostante l'80% si dichiari soddisfatto dell'abitazione in cui vive, il 70% afferma comunque di progettare lavori e migliorie nei prossimi dodici mesi, con una crescente attenzione ai consumi: il 39% ha intenzione di investire per l'efficientamento energetico della casa, il 22% desidera fare una ristrutturazione e il 19% vorrebbe acquistare dei dispositivi domotici di ultima generazione. Il 43% di coloro che hanno già pianificato un intervento affronterà le spese sostenute con un prodotto di finanziamento.

In chiave ecologica, negli ultimi due anni oltre l'80% degli intervistati ha adottato soluzioni ecosostenibili. Tra le principali opzioni 'green': l'adozione di lampadine Led (53%), l'acquisto di elettrodomestici a basso consumo (47%) e la realizzazione di interventi di efficientamento energetico sulla propria abitazione (28%).

DOVE COMPRANO?

La ricerca di Compass ha infine approfondito i comportamenti degli italiani legati all'acquisto di mobili o oggetti di arredamento, facendo emergere una crescente incidenza degli acquisti online: oggi il 38% degli italiani, che sale al 49% del target under30, acquista complementi d'arredo sui canali digitali. **Resta però la voglia di toccare i prodotti con mano**, con un 15% che si informa sul canale fisico acquistando successivamente online per via dei prezzi più competitivi (68%) e della maggiore disponibilità di prodotti e marchi (34%) e un 28% che effettua l'intero processo



Luigi Pace, Direttore Marketing & Innovation di Compass.

di acquisto presso il punto vendita. Tra i principali canali di informazione, siti di arredamento e moda (42%) seguiti dai social network (34%), oggi però canale privilegiato di informazione per i più giovani che li scelgono per informarsi, nel 46% dei casi. Sicuramente gli italiani hanno le idee chiare sui criteri che guidano la scelta di un mobile o oggetto per la casa, privilegiando convenienza, qualità e funzionalità. Una curiosità: i giovani sembrano abbracciare stili più «eclettici» badando più al proprio gusto personale invece che all'armonia con il resto della casa. *“Oggi la sostenibilità si sta sempre più affermando come fattore imprescindibile per istituzioni, aziende e anche per i consumatori”*, afferma **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing & Innovation di Compass**, *“i dati nel nostro Osservatorio confermano che anche nel mondo dell'arredamento, gli italiani dimostrano una crescente attenzione agli impatti generati dai propri consumi, optando per diverse soluzioni di efficientamento energetico, dall'acquisto di nuovi elettrodomestici ad interventi di ristrutturazione alla propria abitazione. Per questo Compass mette a disposizione tutta la propria competenza e professionalità per affiancare le famiglie italiane nei loro progetti di vita, anche nella direzione di una casa più ecosostenibile, funzionale e tecnologica”*, ha concluso il manager. ❖



“Impronte sostenibili, rigeneriamo il futuro” è il titolo dell’evento FederlegnoArredo che ha presentato il piano strategico sulla sostenibilità.

IL VALORE AGGIUNTO DELLA SOSTENIBILITÀ

FEDERLEGNOARREDO LANCIA **FLA PLUS**, UN HUB DI PROGETTI PENSATI PER ESSERE DI SUPPORTO ALLE **IMPRESE** CHE VOGLIONO AFFRONTARE LA **SFIDA DEL FUTURO**.

FederlegnoArredo ha assunto un ruolo trainante nel percorso di transizione dell’intero settore verso una maggiore competitività e consapevolezza. Una mission tanto ambiziosa quanto imprescindibile, in cui la **sostenibilità** svolge il ruolo di chiave di volta che dà ancor di più solidità e respiro internazionale alla filiera del legno-arredo italiana.

Con questo scopo è nata **FLA Plus**: un grande insieme di progetti che rispondono pragmaticamente a tutte le esigenze di affiancamento

nell’ambito della transizione ecologica, che le aziende associate hanno evidenziato, pensati per essere di supporto alle imprese che vorranno affrontare la sfida del futuro. ‘Plus’ perché si tratta di **un’operazione di sistema**, che coinvolge FederlegnoArredo, i suoi associati e partner strategici, in un percorso che parla al plurale. Progetti di riforestazione, data-base dei materiali sostenibili, kit di formazione green, supporto nella gestione delle certificazioni, sono solo alcuni esempi delle tante proposte concrete lanciate.

“La nostra filiera parte già avvantaggiata, perché avendo come materia prima il legno - naturalmente sostenibile - ha storicamente sviluppato anche una grande capacità tecnologica e industriale nel riciclo della materia prima” commenta **Paolo Fantoni**, vicepresidente con delega alla sostenibilità per l’area legno. “I prodotti di legno sono importanti serbatoi di sequestro di anidride carbonica. Ciò aiuta l’Europa nella sua sfida per combattere il cambiamento climatico, contribuendo ad un mondo più sicuro per le generazioni future. Se il riuso e la circolarità sono elementi cardine del nostro settore, davanti all’aggravarsi della crisi di disponibilità di materie prime sarà sempre più importante la valorizzazione della risorsa legno, progettando una corretta gestione del patrimonio nazionale e sviluppando una filiera di prossimità”.

Maria Porro, presidente Assoarredo con delega alla sostenibilità per l’area arredo, aggiunge: “La sostenibilità non si fa a parole, ma coi fatti. Le aziende dell’arredo già da tempo investono in questa direzione. Ora la sfida è più complessa e pensiamo che il nostro compito sia agire come facilitatori di un processo di cambiamento già in atto. L’indiscusso valore del Made in Italy è legato a bellezza e qualità dei prodotti, fatti per durare nel tempo: aspetti imprescindibili dal concetto di sostenibilità. Ma l’impegno delle singole aziende non è più sufficiente, per una trasformazione profonda ed efficace occorre lavorare in un’ottica di catena produttiva. Per questo l’intera filiera ha deciso di mettersi al lavoro con un progetto strategico, un percorso nel solco della transizione ecologica che ci permetterà di essere pionieri in questo campo e accelerare i processi virtuosi, nel rispetto degli SDGs (Sustainable Development Goals) occupandosi degli aspetti ambientali, sociali e finanziari con particolare attenzione all’impegno nel valorizzare il capitale umano, investire e promuovere competenza, formazione e cultura”.

I PERCORSI DI FORMAZIONE CON IL POLITECNICO DI MILANO.

È con questo obiettivo che verranno strutturati percorsi di formazione con il Politecnico di Milano per aumentare la cultura della sostenibilità degli imprenditori della filiera.

“POLI.design, la società consortile fondata dal Politecnico di Milano che si occupa di formazione post curriculare sul design, ha accettato con entusiasmo la sfida posta da FederlegnoArredo e Fondazione Symbola. Innovare i processi formativi è infatti uno dei principali obiettivi di POLI.design, che oggi si confronta sempre più spesso con le esigenze di imprese e professionisti. Per

L’OBIETTIVO DI FEDERLEGNOARREDO È FAR DIVENTARE LA FILIERA DEL LEGNO-ARREDO PIONIERA DELLA GREEN INDUSTRY, UNA VOCE AUTOREVOLE SUL TEMA E GUIDA RICONOSCIUTA E RICONOSCIBILE PER IMPRENDITORI E OPERATORI DEL SETTORE.

ECCO GLI OBIETTIVI CHE LA FILIERA SI È POSTA SUL TERRENO DELLA SOSTENIBILITÀ:

- *Attenzione al ciclo di vita dei prodotti con l’obiettivo di allungarne la durabilità;*
- *rigenerazione, riparabilità-disassemblamento, riuso ed estensione della garanzia;*
- *valorizzazione delle materie prime sostenibili; approccio progettuale esteso al sistema produttivo e all’ecodesign;*
- *recupero di materia ed energia anche attraverso la valorizzazione del patrimonio boschivo nazionale;*
- *estensione delle certificazioni intese come spinta verso sostenibilità e legalità; riforestazione; formazione di figure professionali ad hoc.*

FederlegnoArredo con il supporto di Symbola, stiamo mettendo a punto formati capaci di coinvolgere e motivare i diversi attori della filiera del legno-arredo, rendendo i processi di trasferimento e assorbimento di conoscenza realmente partecipati e, più di tutto, capaci di incidere nelle routine - talvolta inconsapevoli degli aspetti ambientali - della quotidianità aziendale” afferma Francesco Zurlo, Preside della Scuola del Design del Politecnico di Milano e Responsabile del progetto FederlegnoArredo-POLI.design sulla sostenibilità.

I temi ESG (Environmental, Social e Governance) sono rapidamente diventati prioritari per la valutazione del valore creato dalle aziende. Nasce così la collaborazione con Banca Intesa Sanpaolo nel campo della finanza verde.

“La sostenibilità delle imprese dal punto di vista non solo ambientale, ma anche sociale e di governance, ha una fondamentale dimensione economica e competitiva, oltre a un primario valore in termini etici. In questa fase è importante che le PMI investano in tal senso per rispondere a una esigenza di mercato e diano evidenza a tutti gli stakeholder del proprio profilo di sostenibilità”, commenta Anna Roscio, Executive Director Sales & Marketing Imprese Intesa Sanpaolo. “Come prima banca del Paese siamo impegnati a sostenere le aziende italiane e tutta la loro filiera per superare questa fase di nuova incertezza, dovuta anche all’aumento dei costi delle materie prime, e per affrontare prospettive di investimento verso la transizione ambientale e digitale. Mettiamo in campo misure finanziarie e consulenze specialistiche per mitigare gli effetti sul conto economico e per permettere alle nostre imprese di realizzare i loro progetti strategici verso un modello sostenibile e quanto più possibile circolare, anche alla luce delle opportunità del PNRR”.

Ed è soltanto l’inizio del piano di FederlegnoArredo per traghettare il settore nel futuro. La piattaforma FLAPlus verrà costantemente arricchita di nuove iniziative - il cui andamento ed evoluzione potranno sempre essere monitorati all’interno del sito - che aiuteranno le aziende associate a trovare una nuova chiave di competitività sul mercato.



AL CENTRO DEL PROGETTO

IL BISOGNO, RISCOPERTO, DI TEMPI ALLUNGATI E SPAZI DEDICATI AL **BENESSERE**, LE NOVITÀ DEL **MONDO BAGNO** E ALCUNE IMMAGINI SUI POSSIBILI SVILUPPI FUTURI DI QUESTO SPAZIO. DI QUESTO E DI MOLTO ALTRO ABBIAMO PARLATO CON **CINZIA CUMINI**, CO-FOUNDER E DESIGNER DELLO STUDIO GARCIA CUMINI INSIEME A **VICENTE GARCÍA JIMÉNEZ**.

di Elena Cattaneo

Sociologo e saggista, Francesco Morace ha commentato così il cambiamento del rapporto con gli spazi domestici avvenuto in questi anni: *“È un nuovo investimento affettivo ed economico quello che sta coinvolgendo il mondo della casa”*. Ed è proprio **l’investimento affettivo delle persone** il focus da cui hanno origine i progetti di design del duo **Garcia Cumini**, indipendentemente dalla zona della casa a cui sono destinati. Ci sono però, delle differenze sostanziali nel processo di creazione dei prodotti che dipendono sia dalla funzione sia dai processi di realizzazione degli stessi. *“Bagno e cucina, per esempio”*, dice **Cinzia Cumini**, *“sono spazi progettualmente molto diversi tra loro, anche se in apparenza potrebbe non sembrare, e vanno affrontati con approcci differenti, basti pensare alla complessità delle linee produttive”*. Entrando più specificatamente nell’ambiente bagno racconta gli esordi della sua attività.

Quando avete cominciato a occuparvi del mondo bagno e quali sono le peculiarità del vostro approccio al disegno di questo ambiente?

Abbiamo iniziato a lavorare al mondo del bagno progettando una serie di accessori per Agape, una collezione che anche quest’anno è stata ampliata. Poi, subito prima della pandemia, ci ha chiesto una

consulenza Arbi e, dopo una serie di stop produttivi dati dal periodo complicato, la collaborazione ha preso il via ed è tutt’ora in essere. I prodotti realizzati per Arbi sono nati da una prima analisi delle abitudini delle persone in questa specifica zona della casa. Per noi, infatti, per dare vita a un nuovo lavoro è fondamentale cominciare considerando la persona al centro del progetto. Nella seconda fase, poi, ci occupiamo di come far combaciare le esigenze degli utenti con l’identità dell’azienda, per non snaturarla. Bagno e cucina sono, da sempre, le prime aree della casa che bisogna completare e, in modo molto diverso, hanno avuto ruoli importanti durante i due anni di pandemia. La cucina ha ritrovato una centralità nella vita sociale delle famiglie, mentre il bagno è diventato, ancora di più, il luogo dell’intimità e della rigenerazione personale.

Cosa cercano le persone oggi? Cosa cerchiamo tutti, nell’ambiente bagno?

La considerazione del valore della cura di sé stessi, cominciata, in realtà, prima degli anni di chiusura forzata, ha visto un’accelerazione. Il bisogno è quello di avere un punto della casa dove non solo occuparsi del proprio corpo dal punto di vista estetico ma anche dello stato mentale. Così, per esempio,

Cinzia Cumini e Vicente García Jiménez hanno fondato nel 2012 uno studio multidisciplinare che si distingue per un approccio al progetto basato sulla costante ricerca di un equilibrio: tra due culture, tra forma e funzione, tra arte e tecnologia.



come la maggioranza delle persone considera come vero pezzo di lusso in cucina l'isola di cottura, il bagno sta vivendo un grande ritorno della vasca. La vasca da bagno risponde pienamente, infatti, al desiderio di privacy, di comfort, di tempo rallentato, di benessere psicofisico. Le persone cercano di vivere e di trovare in bagno la stessa calma e la stessa pazienza che hanno scoperto in cucina grazie ai gesti necessari per pensare, organizzare e preparare i pasti, invece di arrivare a casa all'ultimo momento e nutrirsi con ciò che si trova in frigorifero. Aver vissuto tanto tempo in casa ci ha obbligati tutti a ripensarne gli spazi, indipendentemente dal timore che possa tornare quel periodo di chiusura forzata. Oggi, infatti, a differenza del 2020, abbiamo la necessaria consapevolezza, ma soprattutto gli strumenti per evitare quel tipo di chiusura. Il contatto stretto con i nostri spazi domestici, però, ci ha costretto a vederne pregi e difetti e ora non possiamo più fare finta di niente.

Vivere in ambienti pensati meglio può essere un fatto positivo per tutti?

Esattamente. Abbiamo conquistato, e anche questo non andrà del tutto perduto, un nuovo equilibrio tra tempo dedicato al lavoro e tempo dedicato alla vita personale, lo stesso vale per gli spazi in cui ci muoviamo. Ciò che cerchiamo è vivere e lavorare in ambienti più accoglienti e funzionali. E non si tratta solo di aspirazioni irraggiungibili, come forse può essere, nell'immaginario collettivo, l'isola di cottura affacciata sul living. La vasca da bagno è un oggetto più adattabile: quando lo spazio a disposizione non consente l'inserimento di un modello importante ci sono comunque diverse soluzioni progettuali alternative, oltre a esistere vasche di tantissime dimensioni.

CHI È CINZIA CUMINI

Cinzia Cumini ci ha accompagnato alla scoperta delle ultime realizzazioni dello studio - nato a Udine nel 2012 e fondato insieme a Vicente García Jiménez - e dell'esperienza appena trascorsa al Salone del Mobile di Milano. Lo studio Garcia Cumini si propone come un team multidisciplinare, in grado di spaziare dal design di oggetti di diverse tipologie, alla progettazione di installazioni artistiche per presentare prodotti e aziende, alla direzione artistica e al graphic design per progetti di comunicazione e immagine coordinata. Alla base di ogni lavoro dello studio c'è una filosofia ben precisa che detta le regole del loro approccio alla progettazione, lo slow design. Una filosofia che nasce dalla condivisione di due culture, l'italiana e la spagnola, in cui la creatività, la bellezza e la gioia di vivere sono dei valori fondamentali. Un modo tipicamente mediterraneo di affrontare il proprio lavoro di designer a tutto campo, sempre con uno sguardo attento al mondo delle nuove tecnologie, espressioni artistiche, tendenze della società e del mercato.



A proposito di evoluzione dell'ambiente bagno, voi come immaginate il bagno del prossimo futuro?

Di certo più tecnologico e dotato di soluzioni intelligenti sia dal punto di vista della sostenibilità dei prodotti che del comfort e della semplicità di utilizzo. L'attenzione delle aziende è rivolta a processi di produzioni sostenibili per l'ambiente e non può retrocedere ma deve diventare prioritaria, nonostante la complessità richiesta. I rubinetti che non sprecano acqua, per esempio, devono diventare lo standard: grazie ai meccanismi di cui sono dotati, infatti, la sensazione è comunque quella di usufruire di tanta acqua. Ma i meccanismi interni richiedono ricerca e impegno. Nella doccia, che già oggi è la zona del bagno con la maggiore presenza di proposte tecnologiche, la tecnologia sarà sempre di più al servizio del benessere. A parte queste considerazioni, però, resta il fatto che fino a quando avremo bisogno dell'acqua per l'igiene personale e del fuoco per cucinare, questi ambienti non potranno subire rivoluzioni eccessive dal punto di vista del progetto e della distribuzione degli spazi. Possiamo, però, rendere questi ambienti più sostenibili e intelligenti realizzando progetti che invitino a sprecare sempre di meno. Anche sui materiali la ricerca delle aziende è sempre più importante: i nuovi prodotti hanno materiali più decorativi, più materici, dotati di tridimensionalità per rendere gli ambienti in cui viviamo rivolti, sempre di più, alla narrazione del benessere.



A sinistra, il portasciugamani da terra Dot Line di Agape, al centro e a destra, due accessori della collezione Step di Arbi, il portasalviette angolare e la panca, entrambi realizzati in legno massello con mensoline dalla linea arrotondata in Corian.

Vi siete occupati anche di progetti di showroom di aziende del settore bagno?

Si è concluso da un mese il Salone del Mobile e siamo ancora in fase di elaborazione delle dinamiche del ritorno dell'evento. Le aziende hanno raccolto i dati e devono capire come agire strategicamente. Per questo è ancora delicato dichiarare programmi o progetti di collaborazione futuri. È interessante, però, constatare il positivo afflusso di persone realmente interessate che si è avuto durante i giorni della fiera milanese, tanto che anche le aziende che, prima dell'evento, erano più titubanti sono state smentite: c'è stato un bel ritorno in termini di numeri, ma soprattutto un'alta qualità dello spettatore.

Quindi è stata un'esperienza positiva?

Per quanto riguarda la nostra esperienza personale, sì. Almeno metà dei visitatori erano concretamente interessati ai prodotti esposti. Per Arbi abbiamo disegnato lo spazio espositivo al Salone del Mobile, quindi, viste le constatazioni precedenti, possiamo tranquillamente affermare che l'esperienza è stata positiva per entrambe le parti. L'azienda, però, è dinamica ed eclettica, potremmo quasi definirla 'ciclorivoluzionaria', ed è quindi inevitabile che abbia sempre in attivo la collaborazione con tanti e diversi professionisti.

Parliamo del concetto che vi ha guidati nella progettazione dello spazio espositivo di Arbi.

Il percorso cominciato con Arbi ha origine da un prodotto specifico, la vasca da bagno freestanding Roman, un elemento dal fascino classico, pensato per esigenze contemporanee.

L'ispirazione è stata proprio il mondo delle antiche vasche di pietra presenti in epoca romana e la loro capacità di esprimere, anche grazie alla forma ellittica, una sensazione di assoluto relax. È da qui che siamo partiti per il disegno dello stand Arbi a Milano, una presenza significativa, sia per il ritorno della fiera dopo due anni di difficoltà che per il suo anniversario importante, quella appena conclusa, infatti, è stata la sessantesima edizione del Salone del Mobile.Milano. Partendo dall'immaginario delle antiche terme romane, edifici pubblici nati per scopi igienico-sanitari ma vissuti soprattutto come luoghi ricreativi, occasione di socializzazione e divertimento, abbiamo pensato prima di tutto a una serie di colonnati con grandi aperture e patio centrale e portato questo concetto nello stand della fiera. L'impianto, quindi, si ispirava a un mondo classico, ma l'aspetto doveva essere contemporaneo, per accogliere le collezioni all'avanguardia di Arbi. Abbiamo, così, giocato con il ritmo delle colonne e con un grafismo a righe orizzontali, decoro superficiale ampiamente sviluppato dall'azienda, sia con i nostri prodotti che in altre collezioni.



La vasca freestanding Roman, di Garcia Cumini per Arbi, è realizzata in Tekno Deimos dal piacevole effetto vellutato.



IL BAGNO DI OGGI DEVE SODDISFARE CONCRETAMENTE IL BISOGNO DI INTIMITÀ E BENESSERE. DIVENTA SEMPRE PIÙ IMPORTANTE LA PRESENZA DI ACCESSORI DI QUALITÀ, COMODI DA SPOSTARE, PER PERSONALIZZARE L'AMBIENTE.

Che messaggio volevate trasmettere?

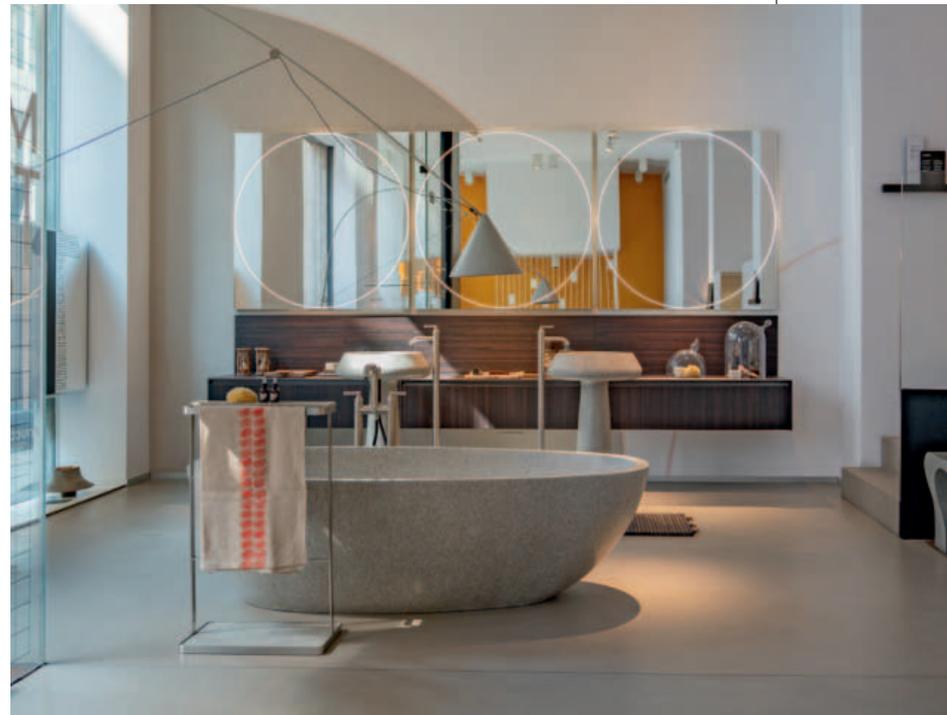
Ciò che volevamo trasmettere con lo stand al Salone era, fondamentalmente, un senso di inclusività e accoglienza: l'ingresso era libero su più fronti e la suddivisione degli spazi interni permetteva sempre la visione prospettica, da qualsiasi punto, di almeno altre 3 o 4 collezioni, invitando così le persone alla scoperta continua del mondo Arbi.

Crediamo che la fiera sia, prima di tutto, un luogo dove mostrare, non nascondere, soprattutto dopo due anni in cui siamo stati costretti a nasconderci. L'azienda è rimasta soddisfatta di questo concetto espositivo e, da parte nostra, abbiamo percepito, intorno, solo entusiasmo. Potremmo dire che la prova generale del 2022 è andata come doveva andare, se non meglio.

E per quanto riguarda i prodotti disegnati per Arbi? Quali sono le loro peculiarità?

La vasca freestanding Roman, a cui abbiamo già accennato, racconta di un classicismo interpretato in chiave moderna. Possiamo definirla una scultura, ispirata appunto alle antiche vasche in pietra di epoca romana, trova la sua massima espressione a centro stanza. Sintesi tra linee essenziali e matericità, la vasca si contraddistingue per la presenza estetica accompagnata dall'effetto vellutato e dalla piacevole tattilità garantite dall'utilizzo del Tekno Deimos, un materiale della categoria Solid Surface, costituito da materia minerale naturale combinata con resina acrilica e poliestere. La sua peculiarità è che essendo omogeneo nell'intero spessore, consente al materiale di essere interamente ripristinabile da graffi o incisioni.

Abbiamo disegnato, poi, un lavabo da piano e da terra oltre a una serie di elementi mobili che, secondo noi, contribuiscono a rendere il bagno la vera stanza del benessere. La panca, per esempio, è un complemento che oggi deve entrare in bagno per offrire la possibilità



Ispirata agli specchi teatrali, la collezione di specchi Vitruvio di Agape si distingue per il cerchio luminoso inscritto nella forma quadrata dello specchio.

di prendersi il tempo necessario dopo aver fatto la doccia o il bagno. Abbiamo ideato anche diverse serie di elementi mobili, appendini, portasalviette, mensole di tante dimensioni, tutti pensati per personalizzare al massimo lo spazio. Nella creazione degli accessori, abbiamo sposato il legno come materiale perché riguarda un settore dell'azienda molto sviluppato, la falegnameria, affrontato con alta artigianalità, e ci sembrava giusto valorizzarne le competenze. ❖



ARRIVA LIVINWOW (E RIVOLUZIONA L'HOME DESIGN)

SI TRATTA DEL PRIMO **INNOVATION CENTER** CHE OFFRE AGLI SVILUPPATORI DI **IMMOBILI RESIDENZIALI** UN PACCHETTO DI SERVIZI E PRODOTTI DI INTERIOR CAPACI DI ELEVARE LA PROPOSTA DI EDIFICI DA **VENDERE O LOCARE**.

Da un'idea dei fondatori di Milano Contract District nasce **Livinwow**: il primo **innovation center del design** che ha l'obiettivo di rispondere alla domanda di nuovi concept di interni, destinati agli abitanti metropolitani (dalla coda della X Generation ai Millennials). Grazie all'integrazione nell'offerta abitativa di un pacchetto di servizi e prodotti di interior design, Livinwow restituisce all'immobile un immediato e maggior appeal per chi è alla ricerca di una nuova abitazione in affitto o in vendita. Concepito secondo un modello B2B2C, è previsto in un prossimo futuro un digital channel diretto B2C. Il concept lab, aperto solo su appuntamento, è **in via Archimede, 4 a Milano**, dispone di una superficie di oltre 450 mq ed è rivolto agli operatori e agli addetti ai lavori.

TARGET E OBIETTIVI

Livinwow ha l'ambizione di conquistare una nuova e fascia di mercato costituita dai protagonisti del Real Estate che oggi si affacciano allo sviluppo residenziale con l'intenzione di rispondere alle esigenze di un nuovo mercato che dialoga con evoluti modelli di offerta abitativa in vendita e in affitto.

Livinwow nasce perciò come risposta a un pubblico moderno che, dai membri più giovani della 'Generation X' fino a tutti i Millennials, condivide valori, modelli e stili di vita dinamici, e un 'concetto di abitare ripensato sia nell'idea dello sfruttamento degli spazi comuni, sia nelle soluzioni e composizioni progettuali degli interni delle case. "Il design model di Livinwow", spiega **Lorenzo Pascucci, founder di Milano Contract District**, "è una risposta coerente a una visione innovativa di casa. L'ambiente domestico deve oggi essere



disegnato sulla base di servizi e moodboard progettuali evoluti, ben allineati con i cambiamenti che stanno rivoluzionando la società moderna e il modo di vivere la casa. Abbiamo analizzato e prestato particolare attenzione alle sollecitazioni e agli insight derivanti dal mondo 'fuori casa' per tradurli in un 'domestic lifestyle' capace di rispondere alle mutate necessità funzionali arrivate con il periodo pandemico: smart working, remote conference, home-learning, sostenibilità e spazi di vita outdoor. Tutto ciò si è tradotto in progetti di interior e di spazi outdoor vivibili a 360°, in cui le soluzioni di home living parlano per la prima volta un linguaggio smart, accessibile e contiguo al resto delle sollecitazioni provenienti dal mondo esterno".

PRODOTTI E SERVIZI PER UN PUBBLICO MUTEVOLE

Livinwow risponde perciò alle esigenze di un nuovo mercato immobiliare, che è pensato oggi, ma che verrà disponibile 'domani', caratterizzato dalla necessità di riuscire ad offrire prodotti e

I BRAND PARTNER

Livinwow prevede il coinvolgimento di grandi marchi del Made in Italy e internazionali: Scavolini, Battistella Company, Samsung, Mirage, Corradi, Verde Profilo, Roofingreen, Grohe, Color Designer Milano, Caos Creativo, Caleido, Resstende, Bticino.

“OFFRIRE UNA PROPOSTA D’ARREDO QUANTO PIÙ COMPLETA E COORDINATA AI NOSTRI CLIENTI È IL NOSTRO OBIETTIVO E LIVINWOW RAPPRESENTA IL PARTNER IDEALE PER LA SUA CARATTERISTICA DI METTERE A DISPOSIZIONE UN PROGETTO DI INTERIOR DESIGN INTEGRATO, CON UN CONSEGUENTE RISPARMIO DI TEMPO PER TUTTI GLI ACQUIRENTI. PER NOI DI SCAVOLINI È SICURAMENTE UNA NUOVA SFIDA CHE PUNTA ALLA VALORIZZAZIONE DEL NOSTRO MADE IN ITALY.”

Fabiana Scavolini, Amministratore delegato di Scavolini



PHILIPPO FANTOZZI



“L’ATTENZIONE DI GROHE ALLE NUOVE TENDENZE ABITATIVE, UNITA ALL’IMPEGNO PER UN FUTURO SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE, SONO I VALORI ALLA BASE DELLA COLLABORAZIONE CON LIVINWOW. IN UNO SCENARIO CHE RICHIEDE UNA CONTINUA INNOVAZIONE TECNOLOGICA IN FUNZIONE DELLA CRESCENTE RICHIESTA DI QUALITÀ DELL’ABITARE, ABBIAMO VOLUTO ESSERE PARTE DI QUESTO PROGETTO STRATEGICO AL SERVIZIO DEL PANORAMA REAL ESTATE ITALIANO”.

Manuel Di Stefano, Leader, BU Projects - Commercial, Lixil Emena

servizi per un pubblico sempre più mutevole ed esigente, che cerca anche nell’immobiliare quei processi semplificati di acquisto quotidianamente sperimentabili già in altre industrie del consumo (fashion, food, ristorazione, tecnologia, automotive, etc). In coerenza con questa visione, lo showroom di Livinwow è stato concepito come un laboratorio creativo, in cui scenografie ambientate di interior design si mescolano a supporti video e virtual tour digitali, esprimendo in concreto il concetto di evoluzione del progetto di interior design + home decor.

DOPPIA ANIMA: FISICA E DIGITAL

La nuova piattaforma nasce phygital per diverse ragioni. Da una parte la necessità di creare uno spazio esperienziale e immersivo, un laboratorio creativo che sia punto di incontro tra il mondo del Real Estate ed il centro ricerca di Livinwow, in cui declinare ‘live’ innovative e dinamiche soluzioni da vedere e toccare con mano. Dall’altra parte la necessità di fornire una dimensione ‘digital’ che, grazie ai tools e le App progettate, consente di semplificare l’accesso ai servizi della piattaforma sia lato B2B che lato B2C. All’interno dello showroom è stata creata la prima digital Arena del mondo del Design di interni nella quale, tramite appositi visori Oculus, è possibile navigare all’interno dei progetti e vivere in anteprima un’esperienza virtuale in scala 1:1 del proprio progetto di casa.

PERCHÈ LIVINWOW?

Livinwow permette di accelerare le vendite di uno sviluppo immobiliare o aumentare la richiesta di un immobile in locazione segmentando la domanda. Tempi e costi del processo costruttivo in cantiere sono ridotti evitando re-works e limitando le interferenze per restituire case ‘ready to live’ al rogito o immediatamente alla fine dei lavori se in locazione. Infine consente di affidarsi all’esperienza del primo contract provider di interior design che, grazie all’integrazione del digitale con un funzionale business model, è in grado di diventare l’unico contact point per un advisor o sviluppatore immobiliare. “Livinwow si rivolge, in questo momento, solo al B2B. L’idea è però”, conclude Lorenzo Pascucci, “raggiungere in un prossimo futuro, direttamente attraverso strumenti digitali, anche il consumatore finale”.



AZZURRA®

AD: Studio MILO, Production: Diorama.eu



Lavabo **Leuca**, mobile **Charlotte**, specchio **Mark**, design Diego Grandi.
Rubinetteria **Linea**, design angelettiruzza.

Azzurra Showroom
via Giuseppe Sacchi 9, 20121 Milano
T +39 02 89092556
milano@azzurraceramica.it
azzurraceramica.it

CROMIE E MATERIALI RACCONTANO LA NUOVA ELEGANZA

PROTAGONISTA AL SALONE DEL MOBILE, **IDEAGROUP** HA PRESENTATO LA SUA VISIONE DELLA STANZA DA BAGNO ATTRAVERSO LA COLLEZIONE **SENSE**, LA PULIZIA FORMALE DI **CUBIK** E L'ELEGANZA DI **DOLCEVITA**. NE PARLIAMO CON RICCARDO GAVA, ART DIRECTOR E DESIGNER DELL'AZIENDA.



Riccardo Gava, art director e designer di Ideagroup.

SENSE La materia, cromatica e sensoriale

La ricerca estetica, materica e tecnologica di **Ideagroup**, brand italiano che dal 1987 si occupa di arredo per il bagno, ha trovato nuova espressione nella **collezione Sense**. La collezione, che già si caratterizzava per aver portato la materia in primo piano, si è evoluta alla luce delle ultime tendenze cromatiche e sensoriali.

Il risultato è una gamma di proposte che unisce sapientemente materiali nuovi e finiture esistenti, da abbinare o usare a contrasto: materiali dalla forte connotazione e origine tecnologica come il Fenix NTM, incontrano l'essenza Teak in innumerevoli finiture e colorazioni d'ispirazione naturale; frontali laccati dalle tonalità eleganti valorizzano le texture dei piani in Grès effetto pietra; le tonalità neutre convivono e si alternano a proposte cromatiche originali ma delicate come il Rosa Confetto, il Noce Moscata e il Giallo Malto. **Un'esperienza allo stesso tempo visiva e tattile**, attraverso cui riscoprire il legame tra design e fisicità.

Riccardo Gava, art director e designer di Ideagroup ha così commentato: *"La continua ricerca estetica, materica e tecnologica ha trovato nel restyling della collezione Sense la sua naturale evoluzione. Le ultime tendenze sui cromatismi e sulla sensorialità della materia hanno contribuito ad arricchire la gamma delle proposte, miscelando nuove finiture e facilitando abbinamenti a contrasto"*.

EMOTIONAL TOUCH OF THE SURFACE.

Nel catalogo dedicato alla collezione, dall'emblematico titolo *Emotional touch of the surface*, l'ispirazione si declina in diciotto



composizioni ambientate in spazi e contesti diversi. A dominare sono le composizioni sospese, ma non mancano quelle a terra. I contenitori, sovrapposti o sfalsati, sono affiancati da pensili, mensole e vani a giorno per dare vita a composizioni personalizzate, dinamiche o monolitiche, ma sempre

dall'indiscusso fascino del design italiano. Sense è una collezione in linea con le tendenze più attuali che vedono la materia protagonista: una collezione capace di caratterizzare l'ambiente bagno con una qualità tattile e un'estetica contemporanea. ➔



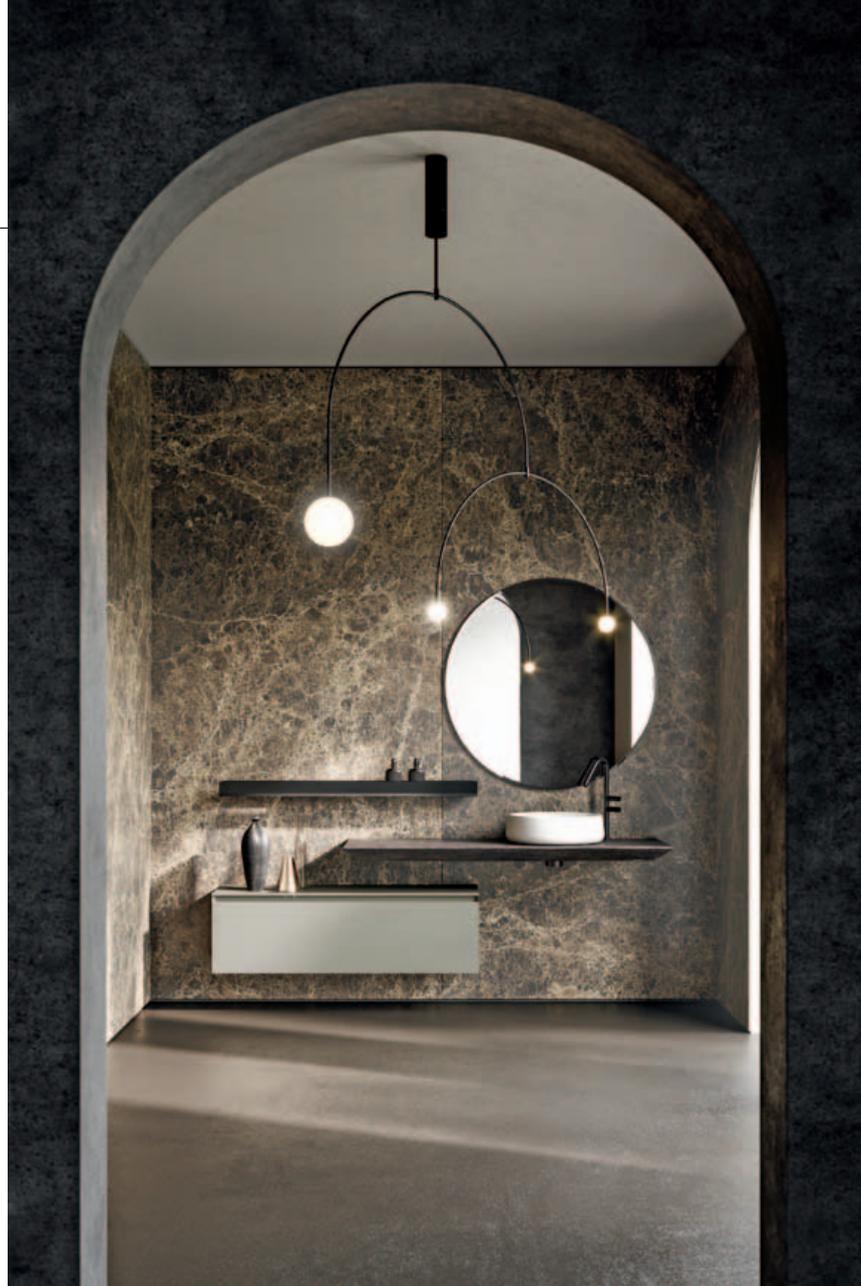
CUBIK

Design contemporaneo e pulizia formale

Tra le collezioni più rappresentative e longeve, Cubik è un progetto d'arredo dove l'estetica abbraccia la funzionalità e le superfici materiche trasmettono sensazioni tattili positive.

Un percorso dedicato al comfort contemporaneo legato alla dimensione individuale, dove la personalizzazione gioca un ruolo fondamentale: dalla scelta del mobile bagno a terra o sospeso, a quella delle finiture. La gamma delle proposte si amplia con materiali naturali pregiati come il rovere antico o il rovere Cadore per i frontali e i fianchi dei contenitori, ed il legno fossile (un legno antico di oltre 6.000 anni) per i piani scatolati con bordo perimetrale inclinato a 52°; vi sono poi finiture innovative come le ecomalte ecologiche ed i laminati HPL Unicolor in alcuni nuovi colori, ad alta resistenza superficiale. I frontali con telaio in alluminio 45°, con vetro applicato, sono in finitura nera e inox, i vetri sono disponibili in finitura lucida o acidata nelle colorazioni del campionario laccati Ideagroup. I contenitori della collezione sono caratterizzati dalla chiusura di ante e cassetti a 45° rispetto ai fianchi: questa caratteristica ha reso un must la collezione Cubik, rendendola nota nel panorama dell'arredobagno italiano ed internazionale.

Riccardo Gava racconta le peculiarità di Cubik: "Si tratta della collezione d'arredobagno più rappresentativa e longeva tra i prodotti attualmente in produzione. Da 12 anni questa collezione è espressione di purezza delle linee e del design contemporaneo, racconta un'architettura progettuale razionale e geometrica, dove la pulizia delle chiusure a 45° disegna nuovi volumi funzionali privi di sporgenze e linee superflue. I contenitori della collezione sono appunto caratterizzati dalla chiusura di ante e cassetti a 45° rispetto ai fianchi: questa



I plus:

- Chiusura ante e cassetti a 45° su tutti i lati.
- 'Ecomalta' l'originale prodotto completamente ecologico.
- Essenze legno con finitura sartoriale in 'biglia'.
- Laminati HPL unicolor ad alta resistenza superficiale.
- Rovere fossile.
- Frontali in alluminio nero e vetro acidato.

caratteristica ha reso la collezione Cubik un'icona nel panorama dell'arredobagno italiano ed internazionale. La gamma delle proposte, durante questi anni di crescita esponenziale, ha visto ampliarsi le finiture, ad esempio attraverso materiali naturali pregiati come il rovere antico o il rovere Cadore per i frontali e i fianchi dei contenitori, ed il rovere fossile (questo legno ha oltre 2000 anni di vita) per i piani scatolati con bordo perimetrale inclinato a 52°, passando per finiture innovative come le Ecomalte ecologiche ed i laminati HPL Unicolor in svariate finiture. Per finire i più recenti frontali con telaio in alluminio a 45°, con vetro incollato, disponibili in finitura lucida o acidata nelle colorazioni del campionario laccati Ideagroup. Ogni proposta è sinonimo ed esaltazione della qualità made in Italy, dove il forte senso estetico continua a tracciare la rotta. Cubik è sartorialità, espressione di abilità artigianali, personalizzazione: si colloca in modo sobrio ma iconico all'interno dei migliori ambienti bagno" ha concluso il designer.

DOLCEVITA

Eleganza di forme e movimento

Rivisitazione contemporanea dell'eleganza senza tempo e di una sapiente lavorazione artigianale, Dolcevita è un progetto d'arredo per l'ambiente bagno dove la materia è esaltata da nuove forme e nuovo movimento. Una collezione caratterizzata dal segno iconico della superficie ondulata della base lavabo, sia per il frontale che per il fianco terminale, e dall'apertura 'a gola' frontale e laterale in finitura inserita tra base e top. Modulare e trasversale, è disponibile in diversi materiali e colorazioni, dalle essenze (Rovere Naturale e Rovere Moro) ai laccati opachi, laccati opachi soft touch, opachi su Rovere Poro Aperto e in Metal Color, per un effetto metallico. Le strutture interne possono essere impiallacciate o laccate come il frontale. A catalogo si aggiungono anche gli specchi – in



l plus:

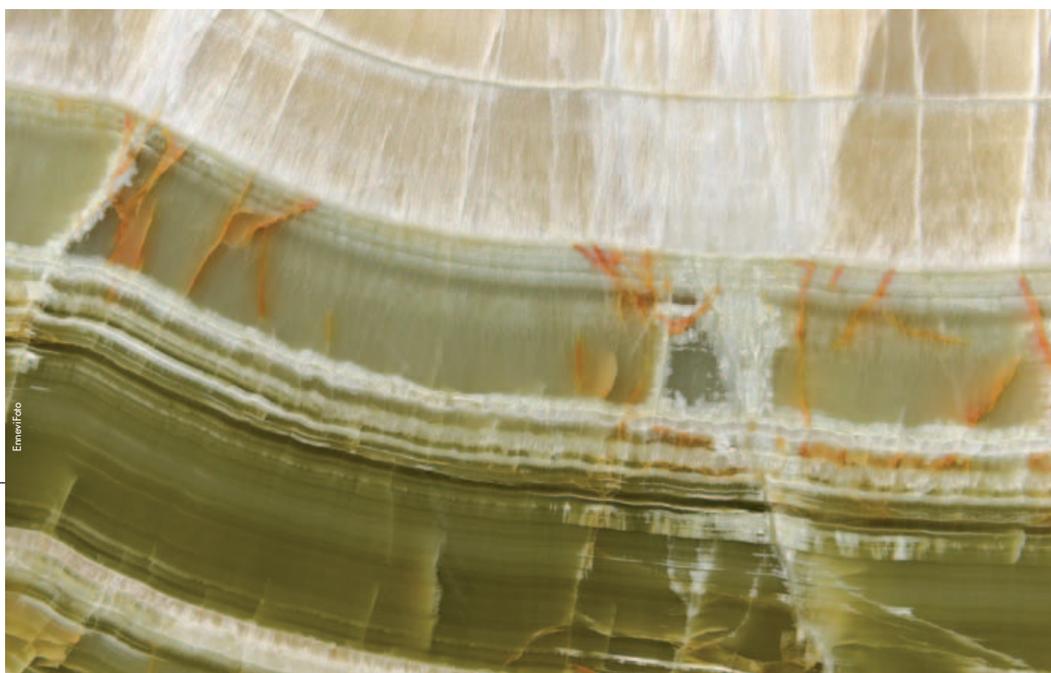
- Base terminale con anta 90°.
- Frontale e fianco da 4 cm ondulato.
- Nuovo lavabo lucido ed opaco ceramica Cameo.
- Strutture interne impiallacciate o laccate come frontale.

diversi formati – dotati di illuminazione a Led integrata o completati da differenti tipologie di faretti.

La collezione Dolcevita, disegnata da Riccardo Gava, è stata premiata nel 2017 con l'ADI Ceramics & Bathroom Design Award che ogni anno raggruppa i migliori progetti di mobili bagno di design. ❖



RICERCHE



Luca Morettini

EmmeFoto

L'ESSENZA DEL MARMO

ELEGANTE E VERSATILE, È LA **PIETRA NATURALE** NEI DESIDERI DEL 60% DEGLI ITALIANI. CON UN **GRANDE POTENZIALE** DI CRESCITA, È NECESSARIO CHE LA FILIERA COMUNICHI MEGLIO LE PECULIARITÀ DEL PRODOTTO.

Bello, elegante, duraturo, lussuoso, naturale ma costoso. Sono queste le parole che gli Italiani utilizzano per descrivere il marmo, uno tra i materiali più diffusi nelle case del territorio nazionale, isole comprese. **La pietra naturale piace** in soggiorno (50,1%), bagno (46,3%) e cucina (42,5%), in una casa su due è già compagna della quotidianità, anche solo con piccoli elementi come i davanzali. E tra chi non ce l'ha in casa, il 60% dichiara un interesse per questo materiale e lo desidera per la propria abitazione.

È quanto emerge dallo studio di EMG Different, che ha intervistato tra un campione rappresentativo di 2.000 Italiani dai trent'anni in su. La ricerca è stata commissionata da **Marmomac** in programma a Veronafiere dal 27 al 30 settembre 2022.

IL MARMO: COME È PERCEPITO DAGLI ITALIANI?

I dati raccolti fotografano il comportamento degli italiani nell'utilizzo del marmo e la loro percezione rispetto alle sue caratteristiche.

Dall'analisi emerge che la pietra naturale è al secondo posto tra i materiali più diffusi dopo la ceramica e seguito da legno/parquet, gres, cotto, cemento e laminato. Piuttosto chiare le destinazioni d'uso: pavimenti (55% delle risposte), top delle cucine e del bagno (42,4%), scale (39%) e davanzali (36,2%). Una scelta che spicca soprattutto al Sud e nelle isole dove è presente nel 62,4% delle abitazioni.

Il marmo, tra chi lo possiede, resta la scelta migliore per 8 intervistati su 10 e addirittura il 45,8% dichiara di averlo aggiunto al momento di ristrutturare la casa, proprio perché non era presente. Rimane, invece, contenuta la quota dei 'pentiti del marmo' che, comunque, nel 64% dei casi non ha intenzione di sostituirlo con



altri materiali. Le motivazioni, in questo caso, sono legate prima di tutto al gusto personale, anche se molti lamentano problemi legati al deterioramento, alla delicatezza e alla manutenzione: temi su cui è stata però riscontrata una mancanza di informazioni tali da aiutare il consumatore a un utilizzo e una manutenzione consapevoli.

Il marmo, quindi, viene generalmente ben apprezzato dagli italiani, punto di forza è anche la grande versatilità d'impiego: costruzioni residenziali, edilizia di rappresentanza e complementi d'arredo trovano nella pietra naturale un materiale duttile, sorprendente e affascinante.

La ricerca mette in evidenza tuttavia alcuni chiaroscuri. Da un lato l'età avanzata dei possessori (il 66,8% ha più di 70 anni) che vivono in abitazioni ristrutturate oltre un decennio fa. Dall'altro un'ampia maggioranza di intervistati che riconosce il valore del marmo e della pietra naturale ma dichiara di non aver abbastanza informazioni per l'acquisto (il 50,1%).

IL RUOLO DEGLI ADDETTI AI LAVORI

Tutti gli attori della filiera, dal marmista all'architetto o all'arredatore, dal negoziante al rivenditore fino alla impresa edile, hanno grande importanza nell'affiancare il consumatore, educandolo a una corretta conoscenza di questo materiale. Il marmista e il rivenditore, in particolare, rappresentano anche il principale canale d'acquisto. Ambivalente il ruolo rivestito da architetti e arredatori i quali, se da una parte sono i primi a consigliare il marmo nei propri progetti (30,6% dei casi), risultano anche in cima alla lista dei detrattori (33,9%), influenzando negativamente le scelte dei clienti verso la pietra naturale. ❖

YOUR
OWN
STYLE



DIVO furniture
CLAIRE accessories
PIRANO+ mirror
WALK IN COULISSANTE shower enclosure

 **inda**[®] 
www.inda.net  



Speciale

STACCONTRACT



Teso è realizzato in estruso di alluminio 100% riciclabile.

PELIVA NATURE & SUITES

IL RADIATORE TESO DI **ANTRAX IT** ARREDA GLI SPAZI BAGNO DELLA STRUTTURA AFFACCIATA SUL MARE EGEO, NELLA PENISOLA DI PELION.

Il complesso Peliva Nature & Suites, un luogo di accoglienza interamente firmato nell'architettura e nell'interior dallo studio greco G2lab - Giannis & Georgios Efthymiadis, sorge incastonato tra i terrazzamenti del monte Pelio, nei quali si inserisce aprendosi verso il Golfo Pegaseo: è articolato su più livelli con loggiati aperti, edifici collegati tra loro da pergole in legno e stuoie fatte di canne, muri e camminamenti in pietra e cemento, insieme a pavimentazioni in teak o grandi lastre ceramiche. Comprende tre suite di diverse dimensioni - dai 32 a 50 mq circa - caratterizzate dagli stessi materiali impiegati anche per l'esterno. Tutto è permeato di un'atmosfera leggera, mediterranea, dove il design è una componente forte. Anche gli ambienti bagno sono stati ideati da G2lab con una

palette neutra, che alterna il colore grigio in diverse sfumature e finiture ai beige, con la presenza di dettagli in rovere naturale e rattan, arredi dalle linee pure e complementi di design. Tra questi, i radiatori della collezione Teso di Antrax IT, scelti dallo studio di progettazione nella versione 'color': il termoarredo firmato da Dante O. Benini e Luca Gonzo è qui utilizzato con piastra scaldante in tonalità sabbia e con sottile braccio metallico verticale, con funzione di stoccaggio delle salviette, a contrasto in grigio antracite, perfettamente coordinato con lo spazio. Teso è realizzato in estruso di alluminio 100% riciclabile e nell'ambito di Peliva Nature & Suites si presenta nella versione doppia, con due moduli di larghezza 25 cm e altezza 150 cm, a sviluppo verticale.

ISY22 design by
Matteo Thun and Antonio Rodriguez

ZUCCHETTI.

zucchettikos.it @ [zucchetti.kos](https://www.instagram.com/zucchetti.kos)



AD Studio Lys
Photo Tex Bishop



Le collezioni del Gruppo Artesi offrono la possibilità di progettare stanze da bagno complete e coordinate.

PALAZZO PIANCA A VENEZIA

LA COLLEZIONE FILO+ DI **ARTESI**, L'ULTIMA RIVISITAZIONE DELLA VINTAGE COLLECTION E LA START 2.0, ENTRAMBE DI ARDECO, INSIEME AI MARMI **MARGRAF**, IMPREZIOSISCONO GLI AMBIENTI DI 12 BAGNI DELLE CAMERE E DELLE SUITE DELL'HOTEL.

Nel centro storico di Venezia, Palazzo Pianca è una struttura ricettiva situata in un edificio signorile del XVI secolo, che interpreta il tradizionale concetto di ospitalità di alto livello con un linguaggio totalmente nuovo. Classicità e modernità si fondono all'interno del 'concept hotel' dove si indagano forme nuove dell'abitare contemporaneo e dell'ospitalità. Le atmosfere confortevoli e calde delle stanze sono pensate in primo luogo per il benessere e il comfort del cliente. Le linee pulite, gli incontri materici e l'eleganza naturale definiscono gli ambienti: con le loro luminosità e cromie, vivide o neutre, ispirate ai tipici colori delle facciate veneziane, rappresentano un continuo rimando alla tradizione del luogo. Lo stile unico dei mobili e dei complimenti d'arredo made in Italy si fonde alla perfezione con la bellezza e l'unicità dei marmi Margraf, che impreziosiscono gli ambienti di 12 bagni delle camere e suites. Nei bagni infatti, il marmo Margraf è protagonista: il Grigio Tao con il suo colore scuro addolcito da rare venature bianche cristalline si alterna con il Moka Cream, dallo sfondo beige con caratteristiche puntature fossilifere di color nocciola. Entrambi donano ad ogni ambiente un'atmosfera unica, elegante e raffinata.

Nei bagni è anche protagonista Gruppo Artesi che ha collaborato fornendo la collezione di punta Filo+ di Artesi e l'ultima rivisitazione della Vintage Collection e la Start 2.0, entrambe di Ardeco.

Progettata dall'art director Enrico Cesana, Filo+ ha un design pulito e rigoroso e si caratterizza per le quattro differenti tipologie di apertura del mobile: Vertical, Horizon, Plain, Push&Handles. Le maniglie, a contrasto o in tinta, possono essere unite ai numerosi elementi che compongono la serie, declinati in misure, materiali e finiture differenti. Ne risulta un sistema componibile e personalizzabile.

Nella nuova Vintage Collection le geometrie che si intersecano e dialogano, modellano lo spazio e decorano le superfici, conferendo un ritmo particolare all'arredo. Ad arricchire la collezione, quattro nuovi lavabi, la serie di accessori Mikado e le specchiere Picture, in metallo. Quattro stili di serigrafie geometriche per l'anta del mobile, in color nebbia o antracite e quattro differenti tipologie di apertura personalizzano l'ambiente. Lavabi e accessori in metallo sono disponibili in undici colorazioni.

La collezione Start 2.0 libera l'arredo bagno da vincoli progettuali e funzionali, grazie a un'infinita palette colori e



Il rivestimento Grigio Tao di Margraf utilizzato è da 60x30 sp. 2 cm.

materiali e tre tipologie di maniglie che forniscono massima personalizzazione e libertà compositiva rendendo unico l'ambiente bagno. La linea si differenzia nelle sue quattro varianti Start Gate, Start Play, Start Line e Start Block. ❖

CRETAN MALIA PARK

PER LA REALIZZAZIONE DEI SANITARI NELLE STANZE E NELLA SPA, L'HOTEL HA SCELTO LA QUALITÀ E LO STILE DI **AZZURRA CERAMICA**.

(2) CLAUS BRECHENMACHER & REINER BAUMANN PHOTOGRAPHY
COURTESY OF CRETAN MALIA PARK, MEMBER OF DESIGN HOTELS™



Lavabo Elegance Squared, Cretan Malia Park Hotel.

Hotel di stampo modernista progettato alla fine degli anni '80 da Antonis Stylianides, il Cretan Malia Park è stato completamente rinnovato nel 2019 da Vana Pernari Architecture Studio che ha mantenuto la struttura originaria innestando una nuova estetica contemporanea. Colori, materiali e stili differenti si uniscono mantenendo forte l'identità dell'isola. Per i bagni del Resort sono

stati selezionati i lavabi di Azzurra Ceramica della collezione Elegance Soft nella finitura Cotone.

I lavabi Elegance Soft, con il bordo di uno spessore minimo di 3 mm, interpretano la leggerezza e le sfide produttive ambientali più avanzate perché portano il segno di una tradizione produttiva basata sul mix di tecniche manuali e tecnologici cicli industriali. ❖



Elegance è una collezione che propone lavabi da appoggio dal design raffinato realizzati in ceramica con uno spessore minimo di soli 3 mm.



PHOTO © ALEX LESAGE (1)

Rubineria doccia in acciaio inossidabile composta da miscelatore termostatico della collezione MILO360 con due rubinetti d'arresto che gestiscono una doccetta con flessibile inox alloggiata su asta sali-scendi e soffione orientabile rotondo.

PORTLAND RESIDENCE A MONTREAL

PER I BAGNI DELLA RESIDENZA PRIVATA, LA RUBINETTERIA IN ACCIAIO SATINATO DI **CEA** CREA UN AMBIENTE CONTEMPORANEO.

Con l'obiettivo di riconfigurare gli spazi e i flussi interni, Atelier Barda si è occupato del lavoro di ristrutturazione di residenza Portland, storico edificio dal gusto architettonico contemporaneo, situato nel sobborgo di Mount Royal a Montréal, in Canada. Strutturata su più piani per oltre 270 mq, l'abitazione ha al piano terra una zona giorno ampia e luminosa con spettacolari viste sul giardino. Al centro, un blocco servizi, rivestito di rovere tinto nero, funge da collegamento fra i diversi ambienti, comprendendo un armadio di contenimento, un bagno di servizio e le attrezzature della cucina. Al piano superiore si trovano gli ambienti più privati dove, i materiali selezionati, contribuiscono a creare un'atmosfera soft. Nei bagni, le pareti in finitura di gesso e tadelakt, i pavimenti in marmo e i piani dei lavabi abbinati alla rubinetteria Cea in acciaio inox satinato,

creano un ambiente contemporaneo sulle note cromatiche del bianco e del grigio.

La rubinetteria della serie Milo360 è disponibile nelle varianti miscelatore monocomando, bicomando e termostatico. Nata per soddisfare ogni possibile esigenza di progetto, rappresenta il prodotto icona del design anni '60, interprete trasversale dei sistemi della rubinetteria moderna perché ha forma cilindrica particolarmente sobria che si adatta a qualsiasi tipo di architettura. Un'ampia scelta di comandi remoti e gruppi doccia consente infinite combinazioni con le erogazioni Free Ideas: bocche, soffioni e doccette permettono di configurare e personalizzare il prodotto. Tutti i prodotti della collezione MILO360 sono disponibili nelle varianti satinato e lucidato e in tutte le finiture speciali Cea (Black Diamond, Bronzo, Rame e Light Gold) ecologiche e biocompatibili.

VILLA ITALIA A CESENATICO

CERAMICA CIELO VESTE LE SALE DA BAGNO DELL'ESCLUSIVO LUXURY BOUTIQUE HOTEL PROGETTATO DA DESIGN STUDIO RMAD.

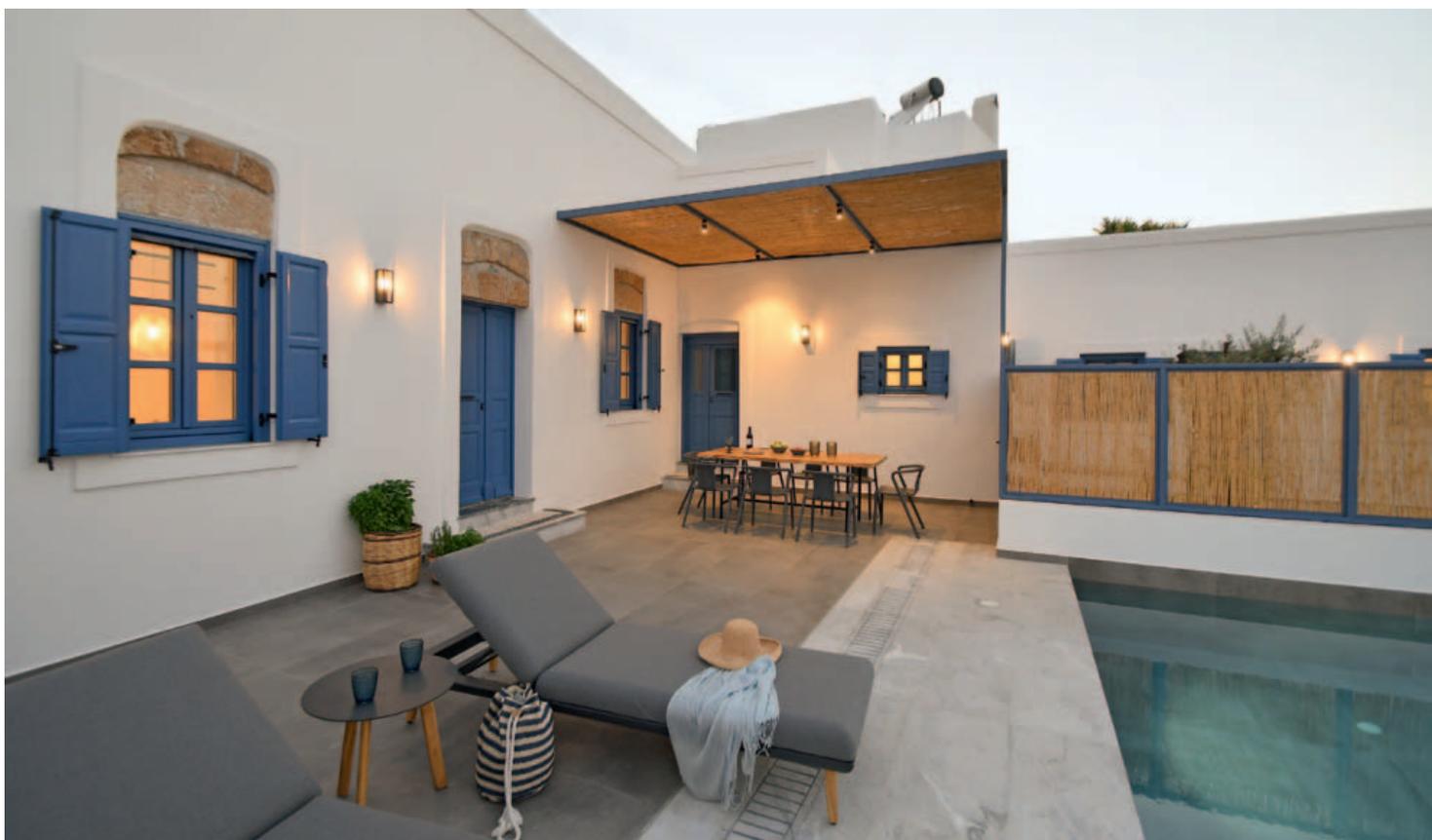
Ceramica Cielo firma le eleganti sale da bagno di Villa Italia, l'hotel nel cuore di Cesenatico progettato da Design Studio RMAD (Architetto Roberto Marconi), che suggerisce un nuovo concept di accoglienza combinando sapientemente design contemporaneo e stile Liberty. All'interno delle stanze da bagno di Villa Italia si inseriscono armoniosamente le collezioni di Ceramica Cielo, che contribuiscono a conferire un'atmosfera confortevole e sofisticata agli ambienti. In questa cornice d'eccellenza, le bacinelle Eco di Luca Cimarra, la linea Enjoy di Karim Rashid e i lavabi Shui e Shui Comfort creano inedite suggestioni dal mood cosmopolita e donano carattere e personalità agli interni, in un perfetto equilibrio tra estetica e funzionalità. Anticipatore di tendenza

nel mondo dell'abitare, Ceramica Cielo si distingue per l'eccezionale capacità di lavorare una materia nobile come la ceramica, esplorandone le potenzialità e realizzando soluzioni che suggeriscono una nuova interpretazione di sala da bagno, intesa come luogo dedicato al relax e al benessere. Eco è un lavabo ellittico dalla forma geometrica pura, avvolgente e generosa in grado di integrarsi armonicamente con ogni tipo di ambiente bagno, lasciando spazio a un'ampia gamma di possibilità di progettazione. Enjoy si caratterizza invece per il design lineare e fluido, esaltato dalla plasticità della ceramica. Eccellente sintesi tra design e versatilità, i lavabi Shui e Shui Comfort si distinguono invece per la purezza formale e la praticità. ❖



360 STUDIO STEVEN CATTAN

Eccellente sintesi tra design e versatilità, i lavabi di Ceramica Cielo sono espressione del Made in Italy.



Anversa si ispira alla pietra, il cui aspetto ruvido viene addolcito da uno smalto inedito che lo rende gradevole al tatto. La gamma è composta anche dai formati 60x60 e 30x60, entrambi di spessore 8,5 mm.

KALATHOS SQUARE LUXURY SUITE

NELL'ISOLA DI RODI LE COLLEZIONI ANVERSA E VIGNONI DI **CERAMICA DEL CONCA** ESALTANO L'ASPETTO SPONTANEO E APPARENTEMENTE SPARTANO DELLA STRUTTURA.

Il Kalathos Square Luxury Suites si trova a Rodi lungo la costa orientale dell'isola, precisamente nella di Baia di Anthony Quinn (così chiamata per via del famoso attore americano che se ne innamorò perdutamente durante le riprese del film I cannoni di Navarone), una spiaggia di pietre levigate, posta su una scenografica insenatura e bagnata da uno splendido mare color turchese, i cui fondali sono misti di sabbia e roccia. In questa cornice silenziosa e nascosta, il Kalathos Square Luxury Suite è senza dubbio rifugio ideale per coloro che ricercano intimità a contatto con la natura, esaltata da un'atmosfera quasi selvaggia. Il progettista Yiannis Zervos ha voluto infatti conferire all'intero complesso un aspetto genuino e autentico, come la natura circostante, e nella realizzazione ha scelto di avvalersi anche della firma di Ceramica del Conca. I rivestimenti e i pavimenti delle suite, tutte diverse le une dalle altre, dotate di piscina privata, camini in pietra e letti a baldacchino, sono infatti stati realizzati con la collezione in gres porcellanato Anversa di Ceramica del Conca, nella nuance tortora, morbida ed elegante, così come i pavimenti e

rivestimenti interni ed esterni delle piscine private. Tutte le superfici appaiono materiche e versatili, in grado di mescolarsi in modo armonico con materiali neutri e rigorosi come legno e cemento, ma anche con rivestimenti più colorati e scenografici e superfici di recupero. Il formato 60x120 cm è utilizzato all'esterno come pavimento e rivestimento delle piscine: Anversa è, infatti, in grado di raggiungere un coefficiente di resistenza allo scivolamento R10, mentre all'interno del complesso, nelle camere e nei bagni, l'architetto ha utilizzato il grande formato 120x120 cm. Oltre ad Anversa il fascino della natura integra e inesplorata, traspare anche negli arredi esterni: i tavoli sono realizzati in ferro battuto e sorreggono il ripiano in gres della collezione Vignoni decoro Castiglione, sempre di Ceramica del Conca, nel formato quadrato 80x80 cm, che ne esalta le caratteristiche apportando il colore delle vecchie cementine tipiche dei rustici casolari di campagna. Superfici, formati, rilievi e dettagli ad altissima definizione rendono la collezione Vignoni un prodotto senza tempo e adatto a qualsiasi uso sia interno sia esterno. ❖

PROFESSIONAL

GROHE

GROHE PROFESSIONAL

DAI PROFESSIONISTI, PER IL PROFESSIONISTA

Il nostro nuovo sub-brand Professional è progettato per rispondere alle esigenze dei professionisti del settore. Le linee iconiche di rubinetteria come Essence ed Eurosmart nonché la soluzione a corpo incasso universale Rapido SmartBox sono ideali per la ristrutturazione, adattandosi ad un'ampia varietà di design e adeguandosi alle aspettative di funzionalità sempre più elevate dei consumatori.

GROHE Professional è il partner ideale per progettare e ristrutturare bagno e cucina con soluzioni all'avanguardia. Scopri di più su pro.grohe.it

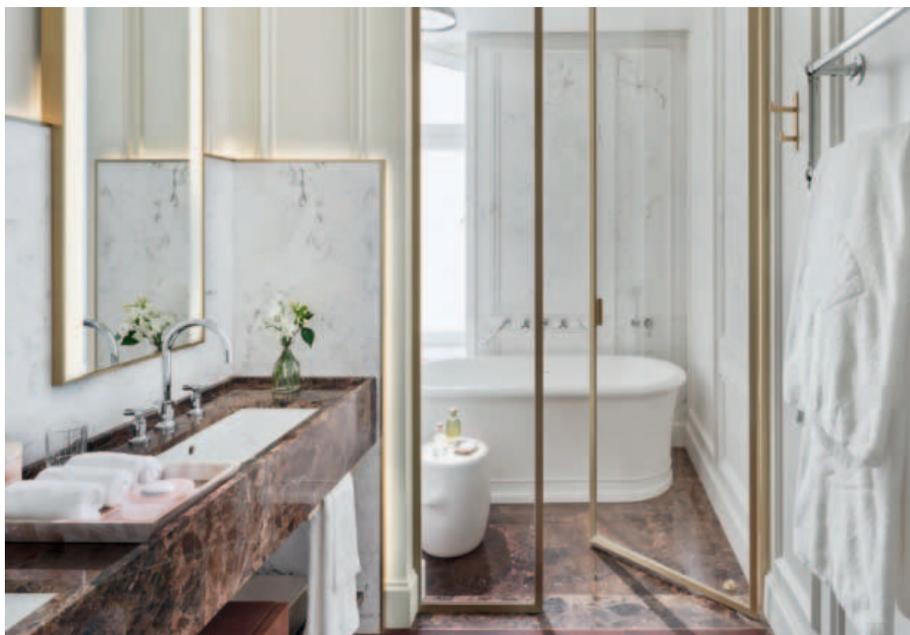
PART OF LIXIL



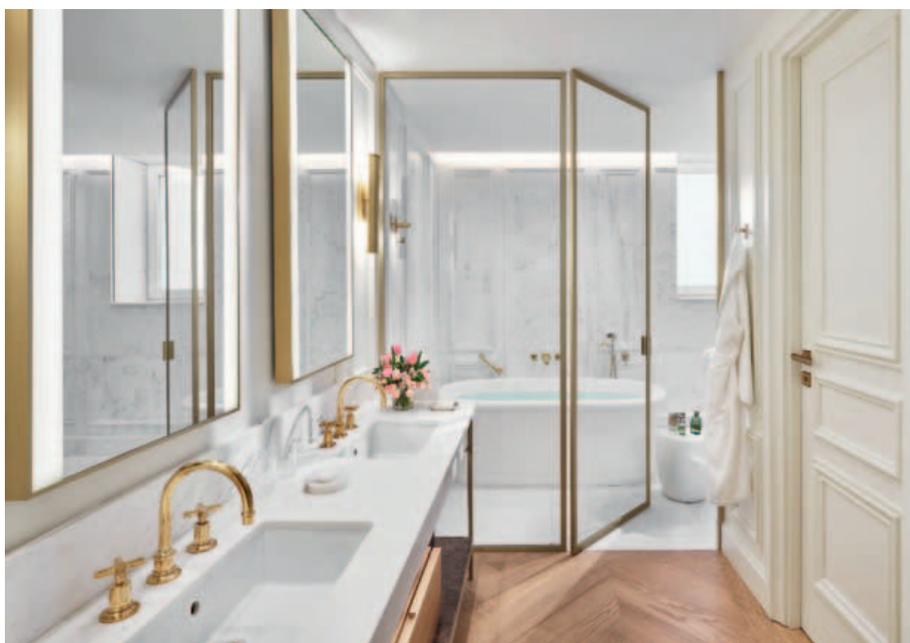
Il Mandarin Oriental Ritz Hotel a Madrid.

MANDARIN ORIENTAL RITZ HOTEL *A MADRID*

L'ELEGANZA SENZA TEMPO E IL COMFORT ASSOLUTO DELLA VASCA CELINE
DI **DEVON&DEVON** SONO PROTAGONISTI DEL PIÙ ESCLUSIVO
HOTEL DELLA CAPITALE.



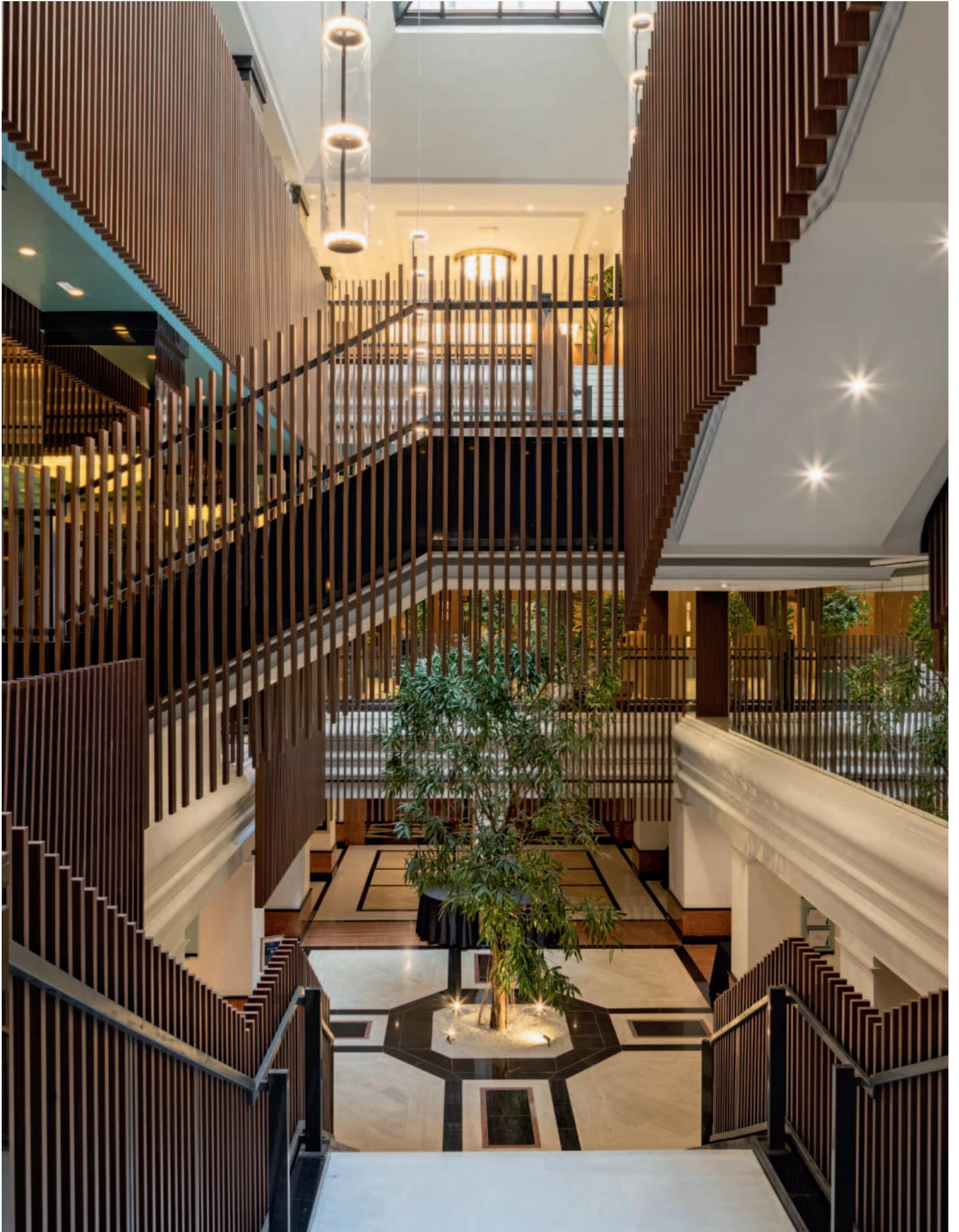
L'eleganza senza tempo e il comfort assoluto sono assicurate dalla vasca Celine.



Celine è una vasca monolitica in White Tec con gli spigoli smussati e avvolta interamente da una sottile cornice.

Bianco e oro, marmi preziosi ed essenze arboree pregiate: le sale da bagno Mandarin Oriental Ritz Hotel a Madrid, uno degli hotel più esclusivi del mondo, recentemente ristrutturato all'insegna di un'idea nuova dell'eleganza più classica, sono state progettate all'insegna di un lusso senza compromessi. La ricercatezza delle materie prime trova un sorprendente contrappunto nell'essenzialità delle forme di sanitari, arredi e accessori e ne esalta, con la sua purezza, la qualità assoluta. Senza concessioni alla retorica dell'opulenza, la bellezza si veste di un minimalismo tutto contemporaneo, che fonde con grande armonia estetica e funzionalità. In quest'ottica, l'eleganza senza tempo e il comfort

assoluto della vasca Celine di Devon&Devon sono protagonisti delle sale da bagno. La vasca, con il suo nitore scultoreo, valorizza questa ricercata poetica della sottrazione e riecheggia, al contempo, l'ispirazione rétro delle suite e degli spazi comuni del palazzo in stile Belle Époque, finalmente tornato ad accogliere la clientela più esigente del mondo. Di impianto squisitamente classico, Celine è una vasca monolitica in White Tec dall'eleganza senza tempo e dal comfort assoluto. Disegnata con cura appassionata per ogni dettaglio, ha gli spigoli smussati ed è avvolta interamente da una sottile cornice. La superficie esterna è disponibile in una straordinaria varietà di colori. ❖



La struttura dell'edificio al suo interno è animata da una ricercata varietà di alberi e arbusti.

I lavabi da incasso Architec e la rubinetteria C.1 in Nero opaco di Duravit si inseriscono perfettamente nell'elegante ambiente.



I vasi e orinatoi della serie DuraStyle.

HOTEL MELIÁ MILANO

DESIGN FUNZIONALE E GREEN DEGLI INTERNI PER LA RISTRUTTURAZIONE DELL'HOTEL A CUI DURAVIT PARTECIPA CON LE SERIE ARCHITEC, DURASTYLE E C.1.

Grazie al concept innovativo dell'architetto Alvaro Sans e dello studio di architettura Vittorio Grassi Architects, il Meliá Milano ha completamente ridisegnato i suoi spazi. Il nuovo concept dello spazio è più funzionale, più verde e soddisfa le esigenze di una clientela cosmopolita. Duravit è rappresentata nei bagni con le serie Architec, DuraStyle e C.1.

Ogni area dell'hotel è composta da elementi che creano spazi senza pareti e tuttavia li strutturano. Ad esempio, le scaffalature metalliche con oggetti decorativi fungono da delineazione visiva della lobby e il verde gioca un doppio ruolo come leitmotiv del colore e oasi ecologica: contrasta con lo stile neutro e minimale degli arredi, creando una connessione tra lo spazio esterno e quello interno.

Estetica, innovazione e igiene caratterizzano gli spazi bagno a cui Duravit collabora con i lavabi da incasso Architec e la rubinetteria

C.1 in Nero opaco che si inseriscono perfettamente nell'elegante ambiente.

La serie Architec, ideale per le più svariate applicazioni nasce dall'abbinamento degli elementi architettonici cerchio e quadrato e estetica e funzionalità: creata dal Prof. Frank Huster, la serie si basa su questo principio. La serie C.1 del designer Kurt Merki Jr. offre un design semplice e sobrio e ha la manopola perfettamente proporzionata sia dal punto di vista estetico che tattile. Oltre al classico cromo, la serie è disponibile anche nel moderno Nero opaco per lasciare grande libertà di personalizzazione. Nell'hotel si trovano inoltre vasi e orinatoi della serie DuraStyle, che racchiudono un design dalle linee pulite e un elevato livello di funzionalità. Particolarmente elegante risulta il sedile con coperchio, molto piatto, disponibile con o senza meccanismo anticaduta. L'accessibilità, infine, è garantita dall'utilizzo dei lavabi Architec Vital Med e dei vasi sospesi DuraStyle Vital. ❖

QC TERME SPAS AND RESORTS A NEW YORK

GLI AMBIENTI SAUNA E BAGNO TURCO DI QC SONO REALIZZATI DA **EFFE**.



©STEFANO PASQUALETTI

Park Sauna ha un'atmosfera luminosa grazie al colore chiaro dell'Aspen naturale termotrattato.

QC Terme Spas and Resorts inaugura nel contesto di Governors Island la spa QC NY, la prima realizzata al di fuori dell'Europa. Realizzata in uno dei complessi architettonici in stile vittoriano dell'isola, su progetto dello studio Robert D. Henry Architects di New York, il centro benessere si articola nei tre edifici sulla punta settentrionale dell'isola immersi in 4 mila metri quadri di area verde. Ognuna delle strutture ospita percorsi sensoriali articolati tra vasche panoramiche, idromassaggi, hammam, saune, ambienti relax e giardini per godere della vista su Manhattan e sul ponte di Brooklyn. Effe è tra i partner più coinvolti nel progetto poiché partecipa con la realizzazione dei due hammam e delle cinque saune. Ogni ambiente, ciascuno con una sua anima e una sua identità tecnica e formale, è disegnato su misura per rispondere ai requisiti di progetto che, in forme sempre diverse, suggerisce un'integrazione naturale tra lo spazio interno e il paesaggio. One Thousand And One Nights è il suggestivo hammam illuminato da luci led che danno la sensazione di essere all'aperto, sotto un

cielo stellato, Scottish Room deve invece il suo nome alla particolare finitura tartan delle pareti: per entrambi le porte Effe Tuttovetro Inside realizzate su misura in acciaio inox e il vetro temperato di 8 mm, garantiscono la massima sicurezza e la perfetta tenuta al calore e al vapore. I due hammam sono inoltre alimentati dal generatore ad alta potenza Effe Nuvola Smart Power, che rappresenta la più sofisticata tecnologia esistente abbinata a una assoluta essenzialità formale. Le cinque saune realizzate per QC Terme New York sono disegnate su misura e immaginate con materiali, finiture e atmosfere diverse perché ciascuna rappresenti un'esperienza benessere unica, in stretta relazione con l'ambiente. Botanic Sauna è in legno di cedro, Sauna And The City è in Aspen naturale termotrattato ed è caratterizzata da grandi aperture verso l'esterno, Park Sauna ha un'atmosfera luminosa grazie al colore chiaro dell'Aspen naturale termotrattato, So Close Yet So Far, realizzata in Canadian Hemlock è caratterizzata da un bow-window aperto sull'esterno e Mountain Stube propone la tipologia classica di un ambiente alpino con stufa centrale. ❖



Mountain Stube propone un ambiente alpino con stufa centrale.

HOTEL MOTTO A VIENNA

LE COLLEZIONI MELROSE 21 E MELROSE 22
DI **FIR ITALIA** COMPLETANO LE LUSUOSE SALE
DA BAGNO DEL BOUTIQUE HOTEL.

(C) OLIVER JISZDA



Le rubinetterie Melrose 21 e Melrose 22 con la loro classe senza tempo completano le stanze da bagno delle 83 camere e delle 8 suites.



(C) OLIVER JISZDA

Le collezioni di rubinetteria Melrose si contraddistinguono per l'unione tra il forte legame estetico col passato e la sempre più stringente esigenza di tutela dell'ambiente.

Il fascino degli anni d'oro della Parigi di fine '800 è riproposto nella boutique hotel Motto nel cuore del centro storico di Vienna. Soggiornare all'Hotel Motto significa addentrarsi in un mondo di pura eleganza, dove arte e bellezza avvolgono ogni cosa. Gli ospiti sono accompagnati in un vero e proprio viaggio nel tempo: un micro-cosmo fiabesco, con tessuti floreali alle pareti, eleganti specchi e sontuosi lampadari, che si alternano alle linee pulite e minimali degli arredi più moderni. Per questo luogo ambizioso, i progettisti Arkan Zeytinoglu e Bernd Schlacher, hanno scelto le rubinetterie di Fir Italia Melrose 21 e Melrose 22, nella finitura Ancient Brass, che con la loro classe senza tempo completano le stanze da bagno delle 83 camere e delle 8 suites.

Melrose 21 celebra il sentimento ottimista e positivo della Belle Epoque: l'estetica morbida e piena riporta alla mente il lusso e lo sfarzo di quegli anni, uno dei periodi più floridi per l'arte, la musica, la letteratura, ma anche le scienze e la tecnica. Melrose 22 è più sobria, di esplicita ispirazione classica, ma al contempo moderna nelle linee, caratterizzata da maniglie a croce e forme tondeggianti nella bocca di erogazione, che uniscono all'anima parigina del luogo, l'estetica del lusso contemporaneo. La finitura Ancient Brass eleva l'ottone e gli consente di smarcarsi dalla percezione comune di fratello meno nobile dell'oro, facendo una proposta cromatica spazzolata opaca, originale e distinta, in grado di sposare sia gusti discreti che audaci. ❖



Orinatori Key finitura opaca Nuvola.



Lavabi IO finitura opaca Nuvola.

IL PLANETARIO *DI PRAGA*

CERAMICA FLAMINIA ALLESTISCE I SERVIZI IGIENICI CON LE COLLEZIONI IO E KEY.

Situato nel centro amministrativo di Bubene, il Planetario di Praga, con la sua cupola alta 23,5 metri e una superficie di proiezione di 867 mq, è uno dei più grandi al mondo. I sistemi optomeccanici e digitali installati riescono a creare un'illusione perfetta dell'universo in ogni momento della giornata. Per lo spazio dedicato ai servizi igienici, sono state scelte le collezioni IO e Key di Ceramica Flaminia nel colore opaco color Nuvola che tanto ricorda quello del cielo.

Dall'incontro tra la razionalità della geometria e il minimalismo

formale nasce IO, una fusione di forme e sensazioni, frutto di proporzioni geometriche e morbide curve. I lavabi sono proposti insieme ad un'ampia gamma di mensole in Pietraluce o legno, nate appositamente per avvolgere e sostenere la plasticità dell'oggetto. Key, disegnato da Angeletti Ruzza, è invece un orinatoio adatto sia agli spazi pubblici che privati. Può essere dotato anche di un coperchio di chiusura e la linea semplice ed armoniosa e le dimensioni ridotte lo rendono perfettamente integrabile con molti sanitari. ❖

GRAND HOTEL ET DES PALMES A PALERMO

IL NUOVO (STORICO) 5 STELLE LUSSO
SI È AVVALSO DELLA COLLABORAZIONE DI **GROHE**.



Il miscelatore monocomando per lavabo a bacinella Grohe Plus Taglia XL contrappone angoli e sagome squadrate ad archi e profili sinuosi.

Situato in centro, a poca distanza dai principali teatri della città di Palermo, il Grand Hotel et des Palmes si trova a pochi minuti dal centro storico e dai numerosi siti di interesse dichiarati Patrimonio dell'umanità dall'Unesco. Fondato nel 1874, è un lussuoso albergo dall'atmosfera Art Nouveau un tempo residenza di nomi illustri, tra i quali il compositore Richard Wagner. Dopo un'attenta e accurata opera di restauro, ha ritrovato il suo antico splendore, sapientemente reinterpretato in chiave moderna. Suntuosi saloni, opere d'arte e affreschi, materiali e tessuti ricercati dialogano in perfetto equilibrio tra storia e design, estetica, funzionalità e innovazione grazie all'utilizzo di tecnologia d'avanguardia. Grohe ha partecipato a questa rinascita con numerosi prodotti

come la rubinetteria Grohe Plus Taglia XL, il porta salviette Selection cromato e gli elementi della doccia con il soffione da incasso a tre getti Rainshower F-Series 15 abbinato alla manopola Sena che è dotata di sistema anticalcare e limitatore di portata EcoJoy a 9,5 l/min. Particolarmente elegante, il miscelatore monocomando per lavabo a bacinella Grohe Plus Taglia XL contrappone angoli e sagome squadrate ad archi e profili sinuosi che ben si adattano a qualsiasi progetto di gusto cosmopolita. La cartuccia a dischi ceramici Grohe SilkMove al suo interno è garanzia di controllo di precisione per l'intera vita del rubinetto, azionato tramite una solida leva in metallo e la funzione Grohe EcoJoy consente di risparmiare acqua limitando il flusso. ❖



Nella doccia è protagonista la manopola Sena dotata di sistema anticalcare e limitatore di portata EcoJoy a 9,5 l/min.



Angolo relax con ampia vasca.



Altamente igienico, Himacs Alpine White è facilmente pulibile.

LOFT PRIVATO *AD AMSTERDAM*

IN PERFETTO DIALOGO CON LO STILE 'INDUSTRIAL' CHE CARATTERIZZA LO SPAZIO, L'ICONICA TONALITÀ ALPINE WHITE DI **HIMACS** È UTILIZZATO ANCHE PER L'AMBIENTE BAGNO NELLA RISTRUTTURAZIONE COMPLETA DI QUESTA ABITAZIONE.

Situata nel quartiere Jordaan, una delle aree più conosciute e cosmopolite di Amsterdam, quest'abitazione grazie all'intervento dello studio di architettura Bureauwijker, in collaborazione con l'impresa edile H.Meijer BV e gli specialisti di arredi per interni Houtwerk, è diventata da ex stabilimento industriale a meraviglioso loft caratterizzato da grandi spazi e da un ambiente caldo e accogliente. Lo studio approfondito sul progetto, e in particolare sull'illuminazione, unito alla selezione di materiali innovativi come il Solid Surface Himacs, ha portato alla creazione di un loft spazioso ed estremamente luminoso, in cui la definizione delle zone appare chiara e decisa, nonostante gli ambienti fluiscono gli uni negli altri per il design a pianta aperta della casa. Per controbilanciare le sfumature del bianco e lo stile classico dell'arredamento, le luci calde, posizionate in punti strategici, e i pavimenti in legno danno un tocco più caldo e accogliente all'atmosfera della zona cucina/

pranzo, arredata da sofisticati complementi di ispirazione retrò. Nella zona cucina/pranzo è stata installata una grande isola, realizzata nel bianco brillante della tonalità Alpine White di Himacs, che diventa così l'assoluta protagonista della scena. Le proprietà del materiale Solid Surface hanno consentito l'installazione di un elemento di grandi dimensioni, dalle linee delicate ed eleganti, costruito intorno a una delle colonne originarie della casa. Himacs Alpine White è stato impiegato anche per il piano e il lavabo del bagno, che è così caratterizzato da colori e materiali ispirati alla natura. Ancora una volta, il rispetto dei più severi standard di igiene e pulizia, combinati con l'estetica dell'eccezionale finitura, rendono Himacs il materiale perfetto per un bagno residenziale. Grazie alla superficie priva di giunti e non porosa, Himacs è infatti estremamente facile da pulire e, prevenendo l'accumulo di sporco e la potenziale diffusione di virus e batteri, il bagno diventa così un elemento igienico e sicuro. ❖



samo.it

Lineabeta

lineabeta.com





I due specchi rotondi della Conca Atelier Collections, da 90 e 120 cm, catturano gli sguardi nel camerino e nella sala da bagno, completando la zona lavabo.

TEATRO ARCIMBOLDI MILANO

IDEAL STANDARD È UNO DELLE AZIENDE PROTAGONISTE DEL CAMERINO
'OMAGGIO ALLE RIVOLUZIONI CREATIVE' DEL TAM.

“Vietato l'Ingresso” ha visto diciassette studi di progettazione e di design dare nuova vita ai diciassette camerini del TAM – Teatro Arcimboldi Milano. Ideal Standard è stata scelta per il progetto di interior 'Omaggio alle rivoluzioni creative' firmato Monica Baio e Nicola Quadri che onora la modernità coraggiosa e la rivoluzione creativa compiuta dall'architetto Josef Frank, contrario agli interni standardizzati e convinto che le forme ed i colori della natura, portati tra le mura di una stanza chiusa, generassero un rilassante senso di libertà e benessere, condizione ideale prima di entrare in scena.

Per Ideal Standard, gli arredi selezionati sono stati il lavabo tondo che fa parte della collezione Ipolyss Atelier Collections, mentre il mobile sottolavabo e il piano da appoggio in gres porcellanato sono sempre Atelier Collections ma della famiglia di proposte Conca. Bidet e vaso sospeso con tecnologia AquaBlade® sono entrambi della linea Tesi. Ultra Flat S è invece stata selezionata per il piatto doccia e Connect 2 per il vetro trasparente. Infine due specchi rotondi della collezione Conca Atelier Collections, da 90 e 120 cm, catturano gli sguardi nel camerino e nella sala da bagno, completando la zona lavabo.



SIMONA PESARINI PH

Il lavabo tondo fa parte della collezione Ipalyss Atelier Collections.

VILLA IGIEA A PALERMO

LE VASCHE DA BAGNO IN ACCIAIO SMALTATO **KALDEWEI** SONO PROTAGONISTE DELLO STORICO HOTEL CHE, PER OLTRE UN SECOLO, HA OSPITATO ARTISTI, IMPERATORI E L'ÉLITE HOLLYWOODIANA.

Affacciata sul Golfo di Palermo, Villa Igiea è stata progettata a fine '800 dall'architetto Ernesto Basile per volere della famiglia Florio, e oggi è un cinque stelle lusso, riaperto nel 2021 dopo un rinnovamento completo curato da Olga Polizzi, Deputy Chairman & Design Director di Rocco Forte Hotels, in collaborazione con gli architetti Paolo Moschino e Philip Vergeylen di Nicholas Haslam Studios. Un intervento che ne ha esaltato il fascino indiscusso e l'atmosfera da Belle Époque, coniugando le esigenze di comfort di oggi e lo stile tipico di Rocco Forte Hotels con la grandezza architettonica di ieri. Negli eleganti bagni, oasi private di benessere, 43 vasche Kaldewei in acciaio smaltato riciclabile appartenenti ai modelli Meisterstück Classic Duo Oval e Classic Duo Oval ne amplificano

il carattere sofisticato. Archetipo della vasca freestanding, Meisterstück Classic Duo Oval unisce eleganza senza tempo e design dal forte carattere contemporaneo. Meisterstück Classic Duo Oval si distingue per il rivestimento senza fughe mentre il gioco armonioso tra i contorni, ovali e morbidi, la forma esterna conica ed il bordo sottile ne definiscono il raffinato carattere. Due comodi poggiaschiena garantiscono il piacere di un bagno rilassante, da soli o in due. Altro modello iconico scelto per Villa Igiea sono le vasche Classic Duo Oval che colpiscono per la forma intramontabile ed armoniosa che unisce la necessità di dimensioni compatte al massimo grado di comfort. Anche questo modello, grazie ai due poggia schiena identici, invita ad un bagno confortevole di coppia. ❖



Le vasche possono essere dotate della particolare superficie autopulente perfetta per rispondere alle esigenze di praticità e igiene nei progetti in ambito hôtellerie.



I rivestimenti a parete sono mosaici composti da piccolissime tessere rettangolari o più grandi tasselli esagonali di marmo Bianco di Carrara e Grigio Bardiglio.

HOTEL ALILA NAPA VALLEY

I BAGNI DELL'HOTEL CALIFORNIANO SONO IMPREZIOSITI DAI PRODOTTI, ANCHE SU MISURA, DELL'AZIENDA VENETA **KREOO**.

L'Alila Napa Valley, hotel di lusso nella contea dello stato americano della California e curato dallo studio canadese Yabu Pushelberg, è un cinque stelle perfettamente integrato nel paesaggio, costruito su una palette di materiali naturali e strutturato sul dialogo tra tre tipologie di edifici posti in ordinata successione. La prima, datata 1905, è un'antica casa georgiana restaurata, con i tradizionali loggiati sul fronte nobile, ritmati da colonne, dove sono accolte la lobby, una sala riunioni, un ristorante e sei suite. Seguono poi due volumi simmetrici, nuovi, con copertura a falda e un involucro opaco in legno interrotto da aperture, dove sono contenute le area relax e benessere, e che anticipano, parallelamente, gli ultimi due complessi di nuova costruzione con camere e suite e con una grande piscina centrale, caratterizzati da geometrie pulite e facciate in legno e pietra, serramenti in vetro e dettagli in metallo verniciato nero.

I materiali naturali descrivono gli spazi, sia privati sia comuni,

dell'Alila Napa Valley e le aree bagno proseguono la medesima filosofia, con l'impiego quasi esclusivo di marmo e pietra che sono stati scelti per i piani orizzontali e verticali, i top e i lavabi. Concepiti come zone benessere personali di grandi dimensioni proiettati verso la natura, i bagni delle camere e suite sono stati realizzati da Kreoo, che ne ha fornito i lavabi da appoggio Bowl n°2 e Bowl n°9, entrambi in marmo Grigio St. Marie o Grigio Bardiglio e disegnati da Enzo Berti. Bowl n°2 è una ciotola elegante, con un diametro di 41,6 cm e un'altezza di 16 cm, che si distingue per la delicata sagomatura alla base; Bowl n°9, con la stessa altezza ha invece una forma rettangolare alleggerita dalla lavorazione sui bordi e dagli spigoli arrotondati.

Kreoo ha fornito anche i top customizzati della zona lavabo, sempre in marmo Grigio St. Marie o Grigio Bardiglio, e i rivestimenti a parete: mosaici composti da piccolissime tessere rettangolari o più grandi tasselli esagonali di marmo Bianco di Carrara e Grigio Bardiglio. ❖



La serie di accessori Elementa consente di creare ambienti bagno unici e fortemente personalizzati.



PICS BY LEONARDO DUGGENTO

Lo stile Ritmonio si fonda su un design pulito e originale, che definisce gli spazi con personalità e ricercatezza.

ENTERPRISE HOTEL A MILANO

RITMONIO ARREDA LE OTTO NUOVE NESTING ROOMS DELL'ALBERGO
ALL'INSEGNA DEL COLORE.

Nelle 8 nuove Nesting Rooms all'interno dell'Enterprise Hotel di Milano, il colore è il protagonista assoluto del progetto e domina l'atmosfera allegra e colorata. Le nuove Nesting Rooms rivisitano le classiche case di ringhiera milanesi in chiave contemporanea: un 'nido' come suggerisce la parola stessa, che offre privacy e protezione, avvolgente e sicuro. Corpo e carattere, dunque, attraverso accostamenti audaci. Ecco perché le soluzioni Ritmonio sono state scelte per sottolineare l'arredamento raffinato degli interni e degli ambienti bagno: confortevoli ed ergonomiche, contribuiscono al benessere di chiunque soggiorni nella struttura. La serie di rubinetteria Tie e gli accessori coordinati Elementa, nell'elegante finitura brushed black chrome, si adattano

perfettamente a questi spazi pensati per l'accoglienza, in un accostamento di materiali e superfici che garantisce un risultato estetico impeccabile. Secondo il trend del colore voluto dalla committenza, l'energia del nero, ancora più chic in versione satinata, si distingue in un bagno che affascina e sorprende. Una nuova interpretazione del wellness, dunque, che passa attraverso l'ambiente bagno delle nuove suite, sempre di più identificato come lo spazio leisure per eccellenza. Un rivoluzionario concetto che consente di rileggere completamente il luogo del benessere per antonomasia anche in strutture ricettive di altissimo livello: rubinetteria e accessori non sono più soltanto dettagli, ma diventano i veri protagonisti dei progetti, fornendo agli ospiti un'esperienza d'uso dove la componente emozionale è fondamentale. ❖

CENTRAL PARK TOWER

NEL CUORE DI MANHATTAN SONO DI **SICIS** I RIVESTIMENTI DI UN APPARTAMENTO E DELLA PISCINA CHE HA UNA DECORAZIONE A MOSAICO PIXEL STILE PAISLEY.

Alto 472 metri, Central Park Tower, situato nel cuore di Manhattan a due passi da Central Park, è il secondo edificio più alto di tutti gli States e il grattacielo residenziale più alto del mondo. Ha una forma aggraziata ed elegante che si staglia nel cielo di New York creando un nuovo profilo destinato a rendere memorabile lo skyline della Grande Mela. Realizzata dalla Extell Development su progetto di Adrian Smith + Gordon Gill Architecture, la torre di vetro e acciaio ospita nei suoi 103 piani un club privato composto da una sala ricevimenti, un bar, un ristorante, due piscine e aree wellness, oltre a 179 appartamenti fra i più esclusivi al mondo. Sicis ha partecipato alla realizzazione di uno di questi appartamenti, arredandolo e impreziosendolo con rivestimenti in mosaico e Vetrite. Ha partecipato anche alla realizzazione della piscina interna, sviluppata su una lunghezza

di quasi 20 metri e rivestita con una decorazione a mosaico pixel stile paisley in delicate tonalità bianco/azzurro, realizzata appositamente per il progetto. Insolito e allo stesso tempo utile è stato anche l'inserimento lungo i bordi delle indicazioni sulla profondità dell'acqua, realizzate sempre in mosaico, così come le linee che delimitano le corsie. A un'estremità della grande piscina troviamo la vasca idromassaggio, realizzata con lo stesso decoro paisley. A fare da contraltare una decorazione geometrica che sale dalla parete di fondo e corre per tutta la lunghezza del soffitto, sovrastando la piscina e creando una sorta di simmetria. Realizzata con un mix di tessere di mosaico blu, iridescenti e non, presenta un'illuminazione laterale che dona un'affascinante suggestione nelle ore serali. Completano il progetto gli spogliatoi annessi, rivestiti sempre in mosaico pixel, questa volta in tonalità calde, beige e marroni. ❖



La piscina è rivestita con una decorazione a mosaico pixel stile paisley in delicate tonalità bianco/azzurro.



Gli spogliatoi sono rivestiti in mosaico pixel sulle tonalità calde, beige e marroni.



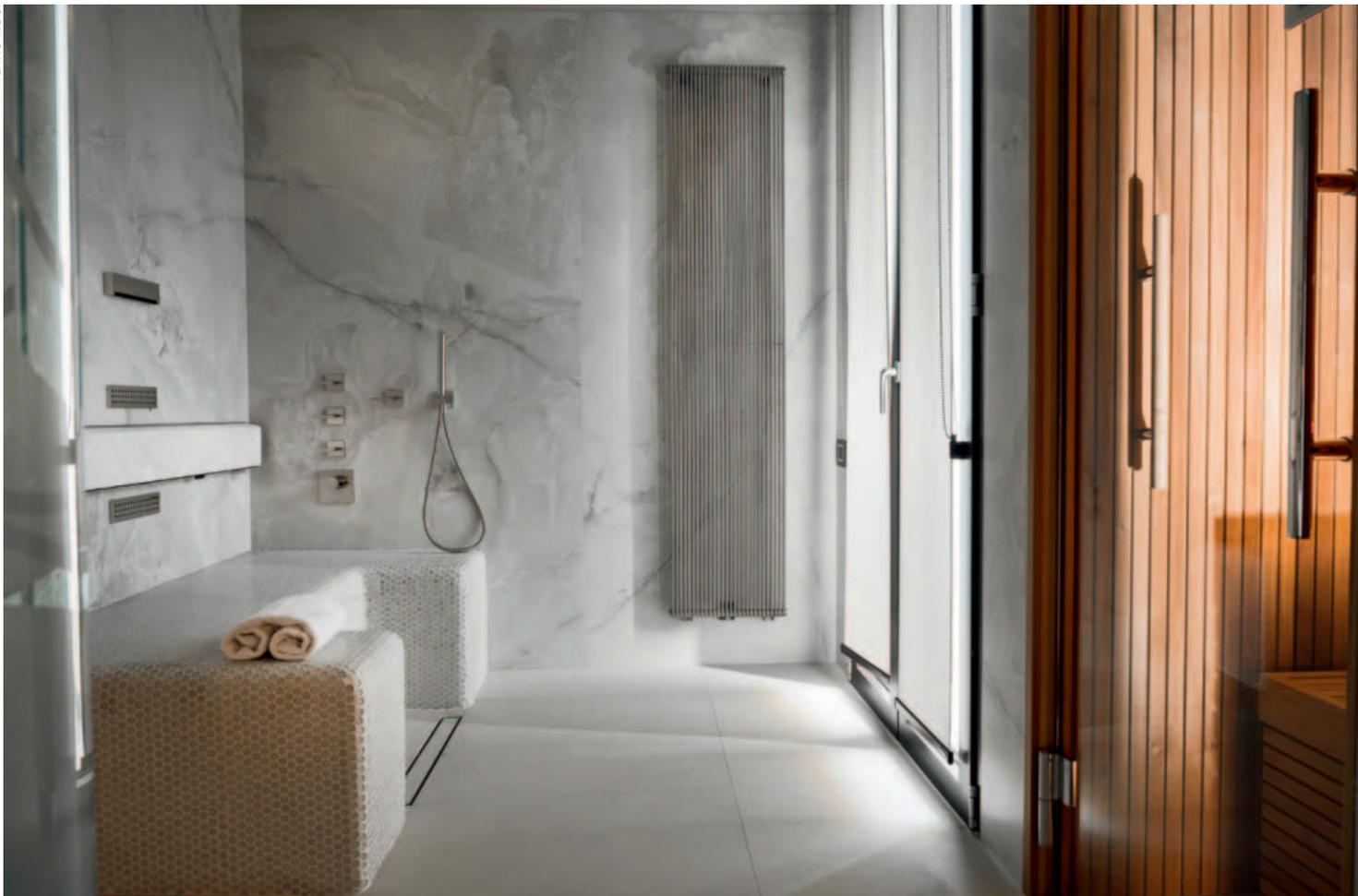
La collezione DNA Urbano è posata in piccoli quadrati a contrasto nei pavimenti della Spa.

APPARTAMENTO PRIVATO *A NEW YORK*

STONE ITALIANA HA PORTATO TUTTA LA QUALITÀ TECNICA ED ESTETICA DI UN PRODOTTO MADE IN ITALY TRA LE MURA DI UNA GRANDE E LUSSUOSISSIMA RESIDENZA PRIVATA.

Commissionata dalla newyorkese Wonder Works Construction Corporation e progettata dalla designer Alena de Ploti, questa abitazione di New York è stata ultimata nel 2017 e ospita le proposte in quarzo Stone a pavimento, rivestimento, nelle scale e nel top bagno. La collezione DNA Urbano è posata in piccoli quadrati a contrasto nei pavimenti dell'ingresso e della spa. Rappresenta l'espressione concreta di un'attitudine a fare ricerca responsabile perché è composta principalmente (circa il 54%)

da terre di spazzamento delle strade, cioè da quella graniglia che si deposita contro i marciapiedi e che, opportunamente convertita, consente di recuperare materiali trasformandoli in una nuova materia prima. La restante percentuale delle lastre è composta da sabbia, polvere di quarzo e resina poliesteri. Oltre a tutte le scale, che si sviluppano su cinque piani, anche il pavimento intorno alla grande piscina interna è stata realizzata con il quarzo ricomposto Stone Italiana nella finitura Rocface. ❖



Soho, radiatore disegnato da Ludovica+Roberto Palomba.

DEMO HOTEL A RIMINI

I RADIATORI **TUBES** PROTAGONISTI DI UNA SPERIMENTAZIONE ALL'INSEGNA DELL'HÔTELLERIE ROMAGNOLA.

Demo Hotel nasce partendo dal recupero di una pensione locale in disuso sul litorale romagnolo. Oggi è un progetto sperimentale di hôtellerie unico nel suo genere, nato grazie al coinvolgimento di 14 studi di architettura da parte di Mauro Santinato, presidente di Teamwork Hospitality, nota società di consulenza alberghiera. Le camere dell'albergo sono state progettate ognuna da un differente architetto che ha dato voce alla sua personale idea di hospitality e contribuito così alla realizzazione di uno showroom permanente ambientato in un hotel funzionante.

Tubes, azienda leader nella produzione di radiatori di design, è stata scelta da ben sei degli studi di architettura chiamati a ripensare gli spazi: Drama di Laura Verdi, The Circle di Silvia Ticchi, In a Light Wave by Fragment Hospitality, Tropicana Club di Rizoma Architetture, Into the cloud dello Studio Barbera Valsecchi e Sea Suite dello Studio Bizzarro. Al piano terra la restroom, Drama è studiata per esaltare la femminilità, dai termoarredi di design ai lavabi freestanding. Tubes è rappresentata da Milano, celebre calorifero dal corpo sinuoso e scultoreo disegnato da Antonia Astori e Nicola De Ponti, qui proposto

in due differenti colorazioni e da Montecarlo, by Peter Jamieson.

In Circle Room è presente Soho, un radiatore disegnato da Ludovica+Roberto Palomba che si distingue per l'eccezionale resa termica e la versatilità data dalla possibilità di installazione sia verticale che orizzontale e a singola o doppia colonna, nonché dalla varietà di dimensioni e finiture disponibili.

In Fragment Hospitality, Tubes si presenta attraverso un radiatore Square verticale con maniglione e caratterizzato da una struttura in alluminio leggera su cui il calore si distribuisce in modo uniforme come un testo su un foglio.

Tropicana Club di Rizoma Architetture usa RIFT/reverse, elemento scaldante perfetto per gli hotel grazie alla sua forma che richiama una mensola, comodo appoggio per salviette ripiegate.

In Into the cloud c'è il radiatore Square verticale di soli 28 mm di spessore, sottile come un 'foglio di calore'.

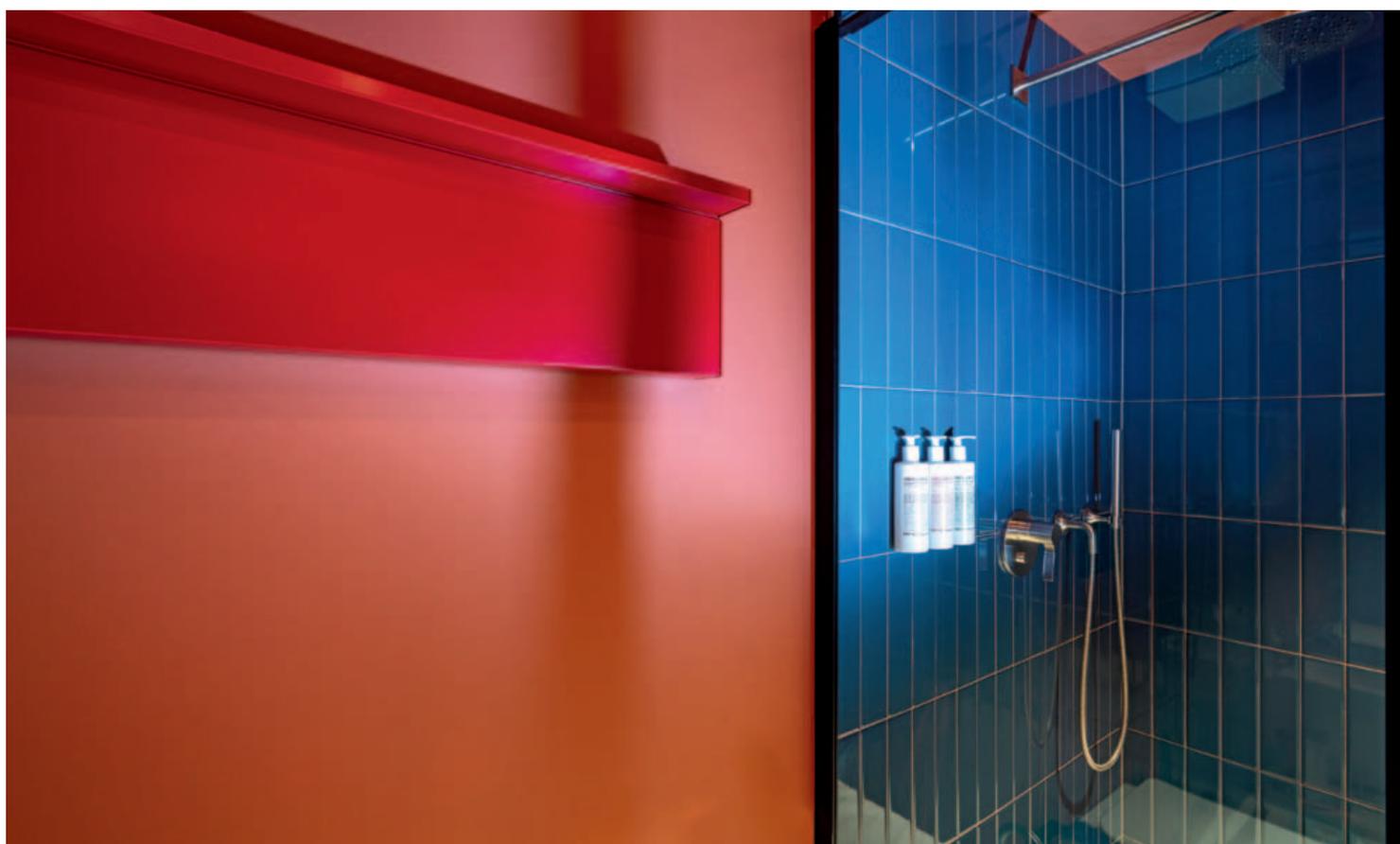
In Sea Suite i protagonisti per Tubes sono Step-by-Step e Scaletta di Elisa Giovannoni, uno dei prodotti più iconici dell'azienda:

scaldasalviette plug&play ed elemento d'arredo facile da spostare. ❖



PH.FLAVIO RICCI

Milano, calorifero dal corpo sinuoso disegnato da Antonia Astori e Nicola De Ponti.



PH.FLAVIO RICCI

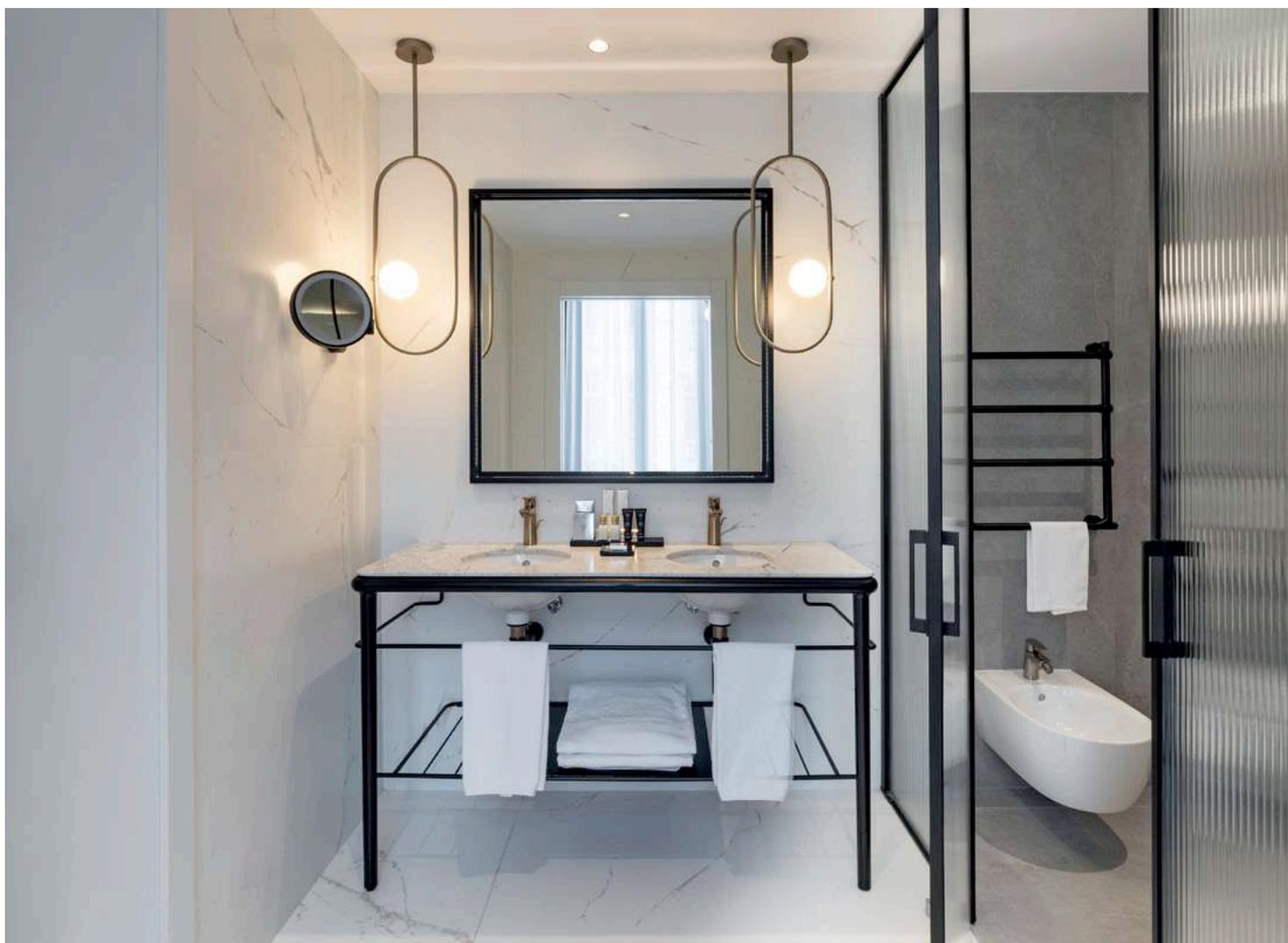
Montecarlo by Peter Jamieson.

PALAZZO NANI VENICE

LO STUDIO MARCO PIVA HA RISTRUTTURATO QUESTO HOTEL VENEZIANO TRASFORMANDOLO IN UN RADISSON COLLECTION HOTEL A 5 STELLE.
VISMARAVETRO TRA I FORNITORI.

Palazzo Nani è un edificio signorile del centro storico di Venezia ubicato sul canale di Cannaregio. Il progetto di ristrutturazione è stato firmato dallo Studio Marco Piva e ha portato alla trasformazione dell'edificio cinquecentesco in un Radisson Collection Hotel a 5 stelle dotato di 52 camere e suite dal design meraviglioso, decorate con maestria in stile veneziano. Un hotel con una storia così importante necessita di prodotti di design di alto livello e per la zona bagno la scelta è ricaduta sulle cabine doccia Vismaravetro personalizzate

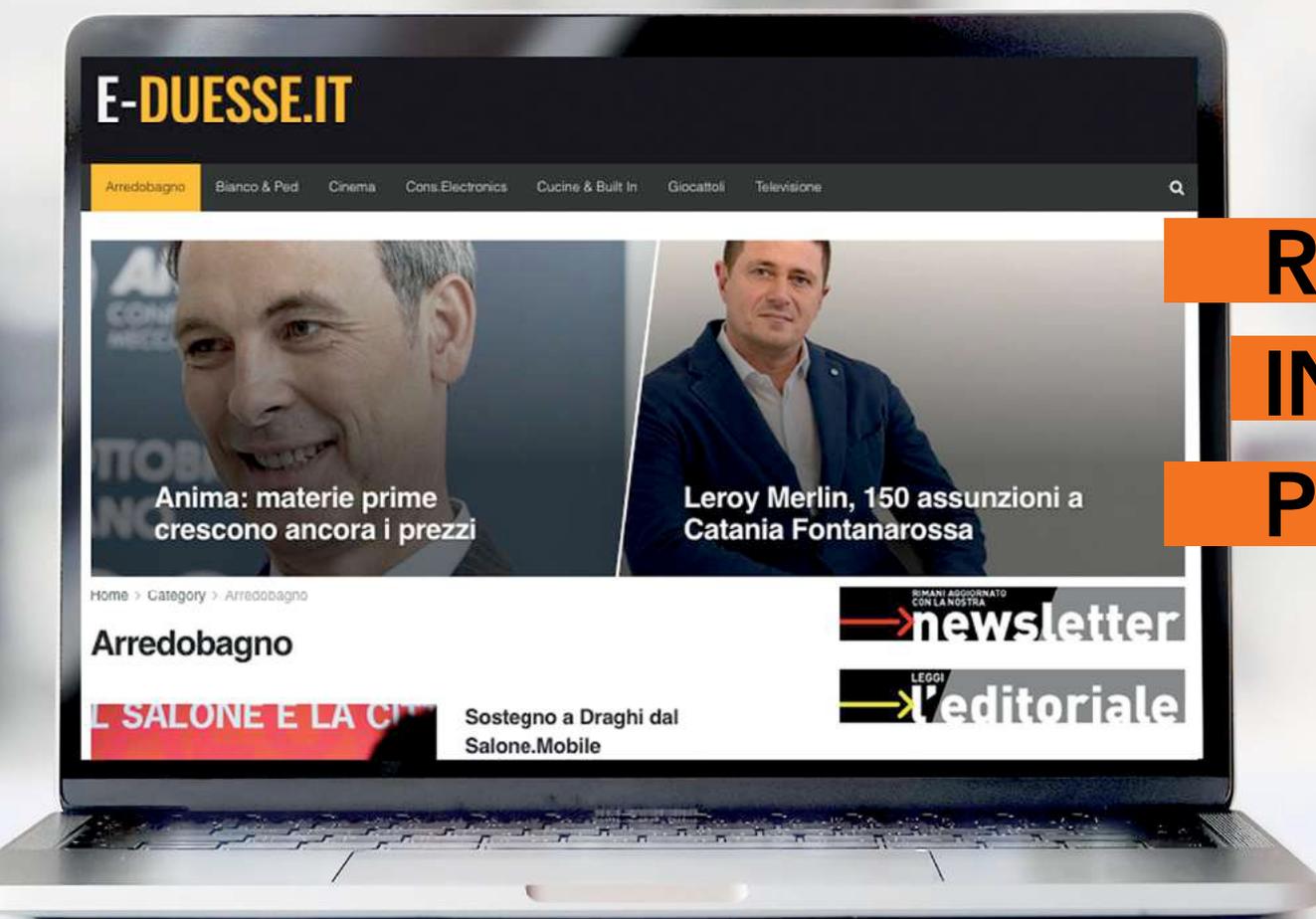
in base alle esigenze del committente. Tutti i box doccia sono stati scelti con la moderna finitura color nero per i profili in alluminio, abbinati di volta in volta al cristallo trasparente o al vetro Reeded per creare un elegante effetto 'vedo/non vedo'. Le collezioni utilizzate fanno parte del catalogo Vismaravetro ma i prodotti realizzati sono stati customizzati in base alle richieste dell'hotel: sono quindi presenti Linea e Twin con stabilizzatore a soffitto e il modello PKT della collezione walk-in SK-IN con vetro sagomato ad arco. ❖



I prodotti e le finiture scelte creano un suggestivo contrasto tra storico e classico, tra modernità e attualità.

E-DUESSE.IT SI RINNOVA

L'ATTUALITÀ DEI MERCATI
DI RIFERIMENTO IN UN'UNICA NUOVA
PIATTAFORMA CON NOTIZIE IN TEMPO
REALE E APPROFONDIMENTI.



RETAIL

INDUSTRY

PEOPLE

TERME DI SATURNIA

PER I BAGNI DELLE CAMERE SONO STATI SCELTI PAN E DELFI DI **ZUCCHETTI**,
UN INCONTRO CON LA STORIA SENZA RINUNCIARE ALLA PIÙ EVOLUTA
TECNOLOGIA DI OGGI.



Materiali preziosi e forme sinuose con un design raffinato esprimono il rigore e il fascino della rubinetteria.



La rubinetteria Zucchetti contribuisce a creare un ambiente raffinato e cosmopolita.

Nascoste nella campagna incontaminata della Toscana meridionale, le Terme di Saturnia sono uno dei complessi termali più antichi della storia italiana. Da millenni le piogge che cadono sulle pendici laviche del Monte Amiata alimentano un cratere che forma una vasca naturale, dove l'acqua mantiene una temperatura costante di 37,5 gradi e si arricchisce di zolfo, che conferisce alla stessa un caratteristico colore quasi celeste, molto luminoso.

Nel 1919, per i numerosi turisti che volevano trascorrere qualche giornata in questi luoghi, è stato costruito un resort di lusso. Oggi questa struttura è stata ripensata dallo studio londinese THDP, che ha realizzato una ristrutturazione che guarda al futuro rendendo omaggio al passato storico di Saturnia.

Il tema dell'acqua è centrale, insieme alla volontà di sottolineare

artigianato, forme e colori locali. Le 132 camere sono state rinnovate per rispecchiare l'atmosfera locale con una palette di colori ispirata alle sfumature della campagna circostante, e per i bagni, che seguono l'estetica italiana ed il comfort più attuale, sono stati scelti i miscelatori Pan in finitura Pvd brushed gold o le più classiche rubinetterie Delfi.

Leggerezza e semplicità sono le caratteristiche principali della collezione di rubinetti Pan, disegnata da Ludovica+Roberto Palomba: trasversale e versatile, è disponibile in una straordinaria ampiezza di gamma. La collezione Delfi, firmata da Marianelli Design, seduce gli amanti del classico, ma non solo, anche grazie alle ricercate finiture: cromo, oro e bronzo. Perfetta all'interno di architetture sia in stile che assolutamente moderne e lineari, contribuisce a creare un ambiente raffinato e cosmopolita. ❖

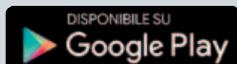
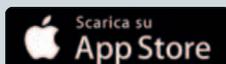
DIGITAL EDITION



AB ABITARE IL BAGNO SI PUÒ SFOGLIARE

SU SMARTPHONE E TABLET IOS E ANDROID.
ANDATE NEGLI STORE DEI VOSTRI DEVICE
E SCARICATE L'APP GRATUITA: SARETE
COSÌ SEMPRE PUNTUALMENTE INFORMATI
DOVE E QUANDO VORRETE.

BUONA LETTURA!



ab
ABITARE
IL BAGNO

N. 8/9 AGOSTO/SETTEMBRE 2022

Direttore Responsabile
VITO SINOPOLI

Caporedattore
ARIANNA SORBARA

Contributi redazionali di
SIMONA BRUSCAGIN, NICOL RE

Coordinamento tecnico
PAOLA LORUSSO

TRAFFICO
ELISABETTA PIFFERI
elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Publicazione mensile:
8 numeri l'anno - Poste Italiane s.p.a.
Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. In L. 27/02/2004 n°46)
art.1, comma 1, DCB Milano - Registrazione Tribunale di Milano
n. 658 del 05/11/2008. Iscrizione Registro Nazionale della Stampa n. 9380
del 11.04.2001 - ROC n. 6794

Grafica e fotolito: EmmeGi Group, Milano. Stampa: Galli Thierry Stampa srl, Milano
Copeservizio redazione grafica: Alda Pedrazzini

Prezzo di una copia: €1,55 (prezzo fiscale) arretrati
€ 7,55 + spese postali. Abbonamento annuale per l'Italia: € 25,00 via ordinaria

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 GDPR
(General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento dei dati personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 e per l'elenco di tutti gli addetti al trattamento, rivolgersi al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse Communication Srl - Viale Giulio Richard 1/Torre A - 20143 Milano. I dati potranno essere trattati da addetti incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Copyright. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spetanze.

DUESSE COMMUNICATION S.R.L.
Viale Giulio Richard 1/Torre A - 20143 Milano - Tel. 02.277961 Fax 02.27796300
Sito Internet: www.e-duesse.it

Amministratore Unico
VITO SINOPOLI

PUBBLICAZIONI DUESSE COMMUNICATION
AB - Abitare il Bagno, Babyworld, Beauty Business, Best Movie, Box Office,
Business People, Progetto Cucina, Tivù, Toy Store, UpTrade, Vision.biz, Voilà, YouTech

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

ABBONATI, TI CONVIENE!



SCOPRI TUTTE LE OFFERTE
DI ABBONAMENTO SU:
<http://abbonamenti.e-duesse.it>
TEL. 02.277961



STAMPATO SU CARTA PRODOTTA CON CELLULOSE
SENZA CLORO GAS PROVENIENTI DA FORESTE
CONTROLLATE E CERTIFICATE, NEL RISPETTO
DELLE NORMATIVE ECOLOGICHE VIGENTI



thewashingmachine.it

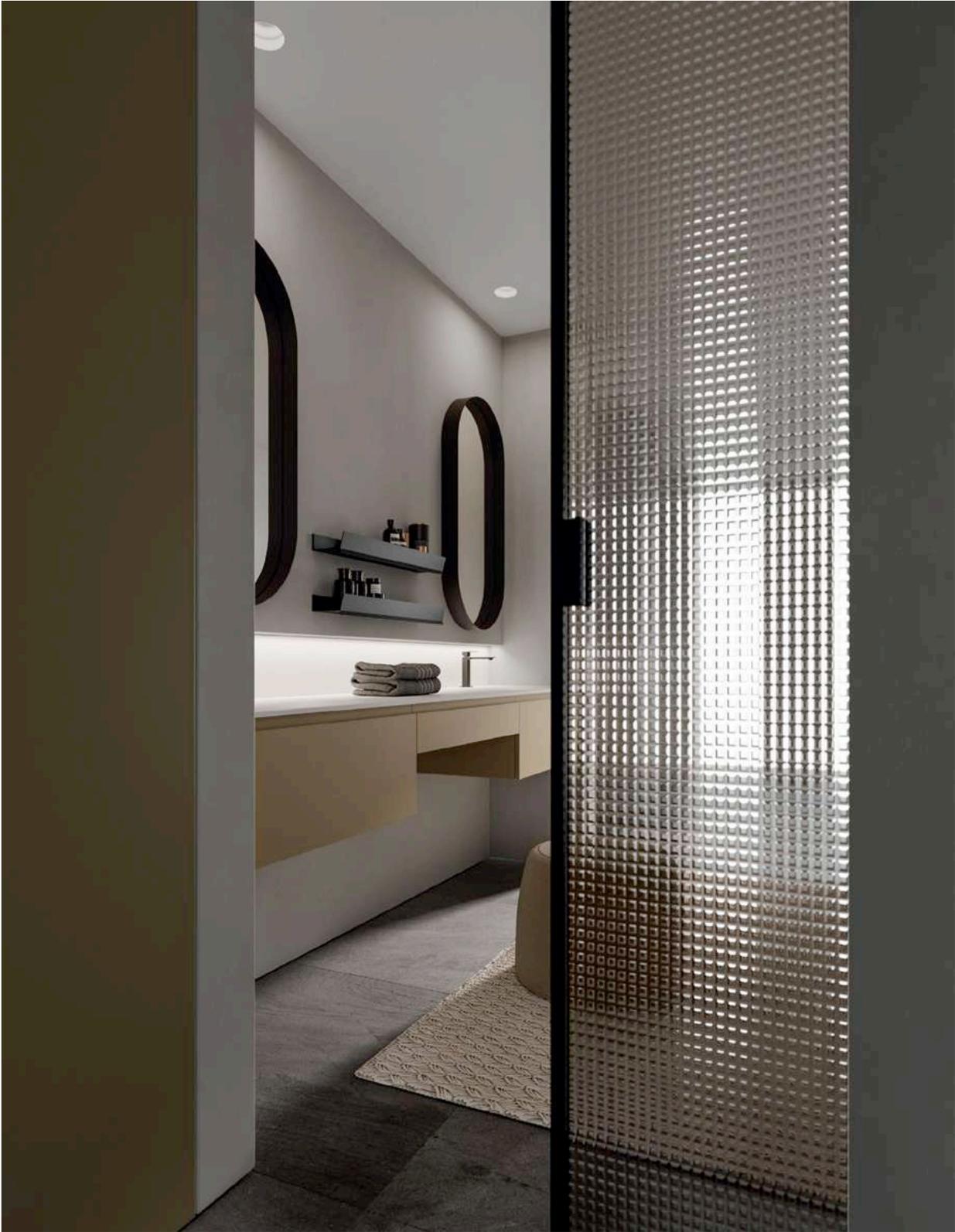
UNO SPETTACOLO DI TARGET.

La pubblicità al cinema: semplicemente il meglio per il tuo brand.
Qualunque sia il tuo settore commerciale, le sale DCA (UCI e The Space Cinema) hanno il pubblico giusto: segmentato, profilato e informato, pronto a emozionarsi e disposto a recepire il tuo messaggio con un livello di attenzione del 55% in più rispetto al mercato*.
Lo dice la ricerca GfK: investire in pubblicità sul grande schermo conviene.



Il tuo spot al cinema.
Tratto da un'emozione vera.

ADV & image: nelko.it



Cersaie 2022

26 | 30 Settembre
hall 21
stand A29 | B30



ideagroup.it