

il bagno

OGGI E DOMANI



ASSOBAGNO ALTO DI GAMMA TREND IN ASCESA **ATTUALITÀ** 40 ANNI: IL BAGNO È DONNA/THE BATHROOM IS WOMAN **DESIGN** TAGINA: LA CERAMICA È UN'ARTE/THE ART OF CERAMICS **TAVOLA** ROTONDA COMUNICAZIONE: INSIEME ALLA META **TAG** LUSO/LUXURY

40 ANNI
il bagno

DETTAGLI D'AUTORE

"IL LUSSO È UN'ESIGENZA CHE COMINCIA DOVE LA NECESSITÀ FINISCE". COSÌ SOSTENEVA COCÒ CHANEL, LASCIANDO APERTE INFINITE INTERPRETAZIONI ALLE SCELTE CHE FANNO DEL "SUPERFLUO" UNO STILE DI VITA.

text by Milena Camelli*

La percezione di lusso è molto soggettiva, ma sicuramente identifica ciò che è unicità, perché si discosta dalla serialità delle produzioni industriali, diventando elemento di distinzione. Tra le caratteristiche per considerare un bene "di lusso" fondamentali risultano l'esclusività, l'alta qualità, quasi sempre il prezzo elevato e anche la distribuzione in un punto vendita qualificato.

Il consumatore di prodotti di "alta gamma" di oggi vuole la certezza di stare acquistando un bene di qualità superiore, è più attento ed esigente e soprattutto ha un reddito adeguato a soddisfare le esigenze esclusive. In realtà, più che la propria ricchezza, vuole comunicare la propria cultura ed il proprio io, anche se ovviamente, attraverso il simbolo si manifesta l'appartenenza ad un gruppo.

Oggi il lusso assume un significato diverso da quello che rappresentava fino ai decenni scorsi, non più solo status, esibizione, ma è finalizzato ad accedere il proprio piacere personale, basandosi sulla volontà di auto realizzarsi, di trattarsi bene, di concedersi il meglio, di trasmettere un messaggio di buon gusto e capacità di scelta. Il prezzo è dunque fattore necessario ma non sufficiente, deve essere affiancato dalla qualità, dall'estetica, dalla rarità e dalla cultura. Sono quindi i dettagli che fanno la differenza, per assicurare che ogni minimo particolare sia in accordo con l'ambiente ed evocati atmosfere di classe.

E se la produzione di oggetti di lusso un tempo era deputata all'alto artigianato d'arte, rivolto esclusivamente alla realizzazione di pezzi unici, oggi è anche produzione di serie, capace di fare fronte a numerose richieste.

Questo aumento della produzione, ha posto le basi per lo sviluppo di una vera e propria industria del lusso. Austerità e recessione sono parole sconosciute all'industria del lusso, soprattutto quella italiana che non conosce crisi, merito anche dell'alta qualità e della continua innovazione. I beni di lusso materializzano emozioni, non sono solo oggetti di valore ma desideri, suggestioni, sogni.

Ed è nel sogno di un viaggio, in un mondo che si sposta di continuo, che attingiamo all'esperienza vissuta negli hotel, luoghi esemplari per il lusso, condizionando così l'estetica della casa, basandoci sul binomio estetica e benessere, riproponendo soluzioni estreme ma appaganti.

LUSSO DOMESTICO

Per soddisfare il mix di spirito e corpo si progettano "sensitive home" all'interno delle quali il bagno si trasforma in zona relax e lusso. La stanza da bagno si riveste di materiali preziosi e scintillanti, ma non solo, l'unicità è anche data dall'irriverenza di alcuni materiali, mai prima d'ora utilizzati allo stesso scopo. Oro, platino, madreperla, marmo, questi materiali preziosi affiancano il loro consolidato slancio al ferro, alle resine, alla pelle, ai vetri che sempre più spesso vengono proposti come rivestimenti di pareti e pavimenti.

Ritorniamo forti alla tradizione classica in prodotti contemporanei e anticonformisti, soluzioni volutamente ricercate per prodotti di altissima gamma, realizzati per utenti esigenti, alla ricerca di oggetti dal sapore di fiaba. ▬

FINE DETAILS

The characteristics for considering something fundamentally "luxurious" lie in exclusivity, high quality, almost always high price and sold in sales points characterised by a particular style. Today's consumers of luxury goods are more attentive and demanding and tend to have higher incomes. Instead of their wealth, they want to portray their culture and their sense of identity, despite the fact that these symbols can convey the meaning of belonging to a certain social group. Price remains a fundamental yet not vital factor, it has to reflect quality, aesthetics, exclusivity and culture. Luxury goods express emotions, not only in objects of value but also in desires, suggestions and dreams. And it is in the dream of a trip, that we associate with an experience in a hotel, an exemplary location for luxury, that should condition



CAVALLETTO BY ARTCERAM

Meneghello Pirelli Associati

Dalla sperimentazione di soluzioni che integrano le funzioni del mobile da bagno è nato Cavalletto. Lavabo, rubinetteria, piano d'appoggio, contenitori e illuminazione sono allineati su una trave di ceramica sorretta da due cavalletti di legno, mentre il sottostante cavo d'acciaio serve da portasalviette. Il lavabo Ciotola (ø 46 cm) si posiziona a piacere, il miscelatore è a canna alta o a parete. Alle due estremità, il ripiano in ceramica e la lampada da tavolo Kelvin Led, venduta in co-branding con Flos.

Cavalletto is a range that contains a washbasin, tapware, vanity-tops, containers and lighting which are all fitted onto a ceramic beam supported by two wooden stands, while the steel cable running underneath acts as a towel-rail. The Ciotola design washbasin (46cm dia.) can be positioned as desired while the mixer tap is available in two versions – wall-mounted or in the high faucet version. A ceramic vanity top and a Kelvin Led table lamp (with Flos).



TOUCH BY MILLDUE

Michele Marcon

La collezione Touch interpreta l'arredo per la stanza da bagno scegliendo materiali naturali trattati con nuove tecnologie, senza trascurare gli aspetti funzionali. Un esempio è il mobile Monolite nella versione ecomalta e abete antico di recupero restaurato. Disponibile in tre larghezze, si adatta sia a parete che a centro stanza e può essere corredato da colonne a terra o sospese, nella versione incasso a muro o a parete. Monolite può anche essere abbinato a specchiere, lavabi, miscelatori e pareti attrezzate tailor made.

The Touch collection offers a vision of bathroom furnishing based on natural materials treated using new technology, without neglecting the more functional aspects. One example of this is the Monolite unit made from reclaimed and restored pine and eco-friendly mortar. Available in three widths it can be positioned against the wall or in the centre of the room and completed with floor-based or hanging columns in built-in and wall-mounted version.



ERGO-NOMIC BY REXA DESIGN

Giulio Giancarlo

Ergonomia e tutto a portata di mano: manopole di comando della vasca da bagno integrate all'interno di appositi spazi, funzioni di regolazione comodamente raggiungibili anche quando si è sdraiati nella vasca. Oltre alla vasca, il sistema comprende lavabi e mensola porta oggetti, doccia con rubinetteria e doccetta o canna di erogazione incorporata, tutto all'insegna di una comoda fruibilità.

Ergonomy and design to give the user easy access to the user-friendly functions: control knobs on the bath are concealed inside specially designed niche, while functions can be comfortably accessed and operated even when the user is in a prone position. As well as the bathtub the system also includes washbasins and shelves, showers with taps or incorporated hand-held shower attachments and hoses all sharing the same easy-access, easy-use philosophy.



LAVELLA BY LINEABETA

Joe Vellato Studio

Il design entra nel bagno di servizio o nella zona lavanderia con una soluzione funzionale, colorata e compatta. Il lavabo rettangolare si completa con una serie di accessori coordinati: bacinella e portasapone in diverse vivaci cromie, tavoletta per il bucato. La vasca in ceramica è inserita nel piano in teak sbiancato, che offre uno spazio d'appoggio e funge da supporto per il fissaggio al muro.

Design comes to the service bathroom/laundry with this functional, colourful and compact solution. The rectangular sink comes with a series of matching accessories: bowls and soap dishes in a variety of vibrant colours and a washboard. The ceramic bath is covered by a bleached teak top that provides space for toiletries and bathroom supplies as well as supporting the wall mountings.

| | | | | |
|-----------|-------------------------------|------------------------|----|------------------------|
| i_ | Hatria - Gruppo Marazzi | Modena | MO | www.hatria.com |
| | Ideal Standard | Milano | MI | www.idealstandard.it |
| | Inda | Caravate | VA | www.inda.net |
| | Irsap | Arqua Polesine | RO | www.irsap.com |
| k_ | Kaldewei Italia | Conegliano | TV | www.kaldewei.com |
| | Koh-I-Noor | Tradate | VA | www.koh-i-noor.it |
| | Kos | Pordenone | PN | www.zucchetikos.it |
| l_ | Kredo by Decormarmi | Chiampo | VI | www.decormarmi.com |
| | Laulen Italia | Binasco | MI | www.laulen.it |
| | Lea Ceramiche | Fiorano Modenese | MO | www.ceramichelea.com |
| | Lineabeta | Gambellara | VI | www.lineabeta.com |
| | Lithos Design | San Pietro Mussolino | VI | www.lithosdesign.com |
| m_ | Marazzi Gruppo Ceramiche | Sassuolo | MO | www.marazzi.it |
| | Marmomacc | Verona | VR | www.marmomacc.it |
| | Milidue Arredi | Èbese Pio X | TV | www.milidue.com |
| | Mutina | Fiorano | MO | www.mutina.it |
| | My Exhibition | Napoli | NA | www.myexhibition.it |
| n_ | Neoperl Italia | Cressa | NO | www.neoperl.com |
| | Neutra by Annaboldi | Seregno | MI | www.neutradesign.it |
| | Novello | Mirano | VE | www.novello.it |
| o_ | Ombg | Bolzano Novarese | NO | www.ombg.net |
| p_ | Piemme Industrie Ceramiche | Maranello | MO | www.ceramichepiemme.it |
| | Planit | Ora | BZ | www.planit.it |
| | Provex | Brunico | BZ | www.provex.eu |
| r_ | Reed Exhibitions Italia | Milano | MI | www.mcxpocomfort.it |
| | Rexa Design | Roveredo in Piano | PN | www.rexadesign.it |
| s_ | Rubinetterie Webert | Maggiora | NO | www.webert.it |
| | Samo | Bonavigo | VR | www.samo.it |
| | Scarabeo | Civita Castellana | VT | www.scarabeosrl.com |
| t_ | Simas | Civita Castellana | VT | www.simas.it |
| | Tagina Ceramiche d'Arte | Gualdo Tadino | PG | www.tagina.it |
| | Tda | San Gervasio Bresciano | BS | www.tdaboardoccia.it |
| | Tubes Radiatori | Resana | TV | www.tubesradiatori.com |
| v_ | Viega Italia | Crespellano | BO | www.viegs.it |
| | Villeroy & Boch | Milano | MI | www.villeroy-boch.it |
| | Vitra Italia | Oderzo | TV | www.vitra.co.it |
| z_ | Zehnder Group Italia - Runtal | Lallio | BG | www.runtalitalia.it |
| | Zuccheti Rubinetterie | Gozzano | NO | www.zucchetikos.it |

SERVIZIO ABBONAMENTI tel. 0331 1852025 abbonamenti@reedbusiness.it
TARIFE ABBONAMENTO 2012 Italia: sped. ordinaria € 57,00 sped. contrassegno € 61,50 - Estero: sped. ordinaria € 83,00 sped. prioritaria - Europa € 92,00 sped. prioritaria - Africa, America, Asia € 114,00 sped. prioritaria - Oceania € 126,00 Fascicolo singolo: € 9,50 Fascicolo arretrato: € 19,00

Gli abbonamenti possono essere sottoscritti anche versando il relativo importo sul c/c postale n. 33668666 intestato a Reed Business Information Spa - Viale G. Richard, 1/A Milano. L'iva sugli abbonamenti, nonché sulla vendita di fascicoli separati, è assolta dall'editore ai sensi dell'art. 74 primo comma lettera C del DPR 26/10/72 N. 633 e successiive modificazioni ed integrazioni. Pertanto non può essere rilasciata fattura.

Reed Business Information spa è associata a:



Testata iscritta alla
 Unione Stampa Periodica Italiana

Registrazione Tribunale di Milano n. 305 in data 02/08/1973.

Iscrizione al ROC n. 1136.

Direttore Responsabile: Francesca Barrell Bonadeo

Terminato di stampare il 5/09/2012 presso Pirovano - Via della Pace, 19
 20098 San Giuliano Milanese (MI)

Informativa dell'editore al pubblico ai sensi dell'art. 13, d. lgs. 196/2003. Ai sensi del decreto legislativo 30 giugno 2003, n° 196 e dell'art. 2, comma 2 del Codice diontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, Reed Business Information S.p.A. - titolare del trattamento - rende noto che presso i propri locali siti in Milano (MI), Via Giulio Richard 1/A, vengono conservati gli archivi di dati personali e di immagini fotografiche cui i giornalisti, praticanti, pubblicisti e altri soggetti (che occasionalmente redigono articoli o saggi) che collaborano con il predetto titolare attingono nello svolgimento della propria attività giornalistica per la finalità di informazione connessa allo svolgimento della stessa. I soggetti che possono conoscere i predetti dati sono esclusivamente i predetti professionisti, nonché gli addetti preposti alla stampa ed alla realizzazione editoriale della testata. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs. 196/2003 si possono esercitare i relativi diritti, tra cui consultarsi, modificare, cancellare i dati ed opporsi al loro utilizzo, rivolgendosi al predetto titolare. Si ricorda che, ai sensi dell'art. 138, d. lgs. 196/2003, non è esercitabile il diritto di conoscere l'origine dei dati personali ai sensi dell'art. 7, comma 2, lettera a), d. lgs. 196/2003, in virtù della norme sul segreto professionale, limitatamente alla fonte della notizia.

Informativa ai sensi dell'art. 13, d. lgs. 196/2003. I dati sono trattati, con modalità anche informatiche, per l'attività della rivista e per svolgere le attività a ciò connesso. Titolare del trattamento è Reed Business Information S.p.A. - Viale Giulio Richard, 1/A - 20143 Milano (MI). Le categorie di soggetti incaricati del trattamento dei dati per le finalità suddette sono gli addetti alla registrazione, modifica, elaborazione dati e loro stampa, al confezionamento e spedizione delle riviste, ai call center, alla gestione amministrativa e contabile. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs. 196/2003 è possibile esercitare i relativi diritti tra cui consultarsi, modificare, aggiornare o cancellare i dati, nonché richiedere il dato completo ed aggiornato dai responsabili, rivolgendosi al titolare al suddetto indirizzo.