

Archivio

CORRIERE DELLA SERA.it

LE TENDENZE DOPO IL MINIMALISMO E IL RIGORE È IL MOMENTO DEI MATERIALI ALTERNATIVI ED ECOLOGICI, DELLE TINTE FORTI E INCONSUETE

Il design cambia le stanze dell' acqua*Rubinetti, vasche e termoarredi di qualità non possono più fare a meno dell' estro degli architetti*

In casa dopo minimalismo, rigore ed essenzialità è arrivato il momento della fantasia e della creatività. Libertà totale di espressione anche per il bagno, dove colori e idee si mescolano. Così le aziende, sensibili a questa nuova tendenza, propongono design d' avanguardia, materiali alternativi ed ecologici, tinte forti e inconsuete. Le industrie di complementi, rubinetteria, doccette, sanitari, termoarredo e vasche hanno puntato sul design perchè fa crescere il valore dell' oggetto. «In Italia - afferma Nicoletta Fontana, presidente di Assobagno e titolare di Regia, una delle aziende leader nel complemento - abbiamo fatto della ricerca e della qualità del prodotto il nostro punto di forza. Da sei anni in azienda puntiamo, grazie alla collaborazione dell' architetto Bruna Rapisarda, a un prodotto di gusto e funzionalità». Chi ha fatto dell' avanguardia e del design i motivi principali del suo successo è Aldo Provini a capo della Rapsel, società tra le più blasonate dei complementi bagno. «Già nel 1975 avevamo pensato che i designer avrebbero dato una svolta al nostro settore e quindi ci siamo messi alla ricerca dei più bravi. Così per noi hanno lavorato Starck, Kuramata, Sisa, Berger & Stahl e Thun. Per le nostre linee abbiamo vinto anche il "Compasso d' oro". Eleganza e qualità ci hanno permesso di diventare un marchio noto nel mondo. Siamo stati i primi nel 1990 a produrre il lavabo in vetro. L' unico inconveniente è che dopo aver speso molto in ricerca viene sistematicamente copiato». Anche nella rubinetteria il design svolge un ruolo centrale. «È il plusvalore di un oggetto - accenna Andreas Marquardt, agente generale Dornbracht - necessario a dare tono al bagno. Sono più di cinquant' anni che nella nostra fabbrica di Iserlohn nella Ruhr realizziamo rubinetti disegnati dalla genialità dell' architetto Dieter Sieger. All' inizio i clienti ci prendevano per matti, oggi siamo i primi nel mercato di nicchia. La gente capisce l' importanza dell' abbinamento design-qualità e continua a premiarci nelle vendite». Per un' azienda di sanitari non è semplice renderli originali eppure alla Simas ci sono riusciti grazie al talento della designer Terry Pecora. «Con lei - afferma il direttore generale Alessandro Scopetti - il prodotto ha trovato una sua identità e siamo anche cresciuti nel fatturato salito a 13,5 milioni di euro e realizzato quasi interamente in Italia dove vendiamo il 70% della produzione». C' è chi ha messo la parola design nel nome dell' azienda. È il caso di Antonio Lupi. «Per noi - afferma Andrea Lupi uno dei tre figli che gestisce l' azienda fiorentina - il design è nel nostro cromosoma. I designer Carlesi, Colombo e Tellatin hanno dato una svolta alla produzione. Noi siamo come un' azienda sartoriale perchè cuciamo addosso i mobili per le esigenze del cliente». Realizzare termoradiatori per il bagno che siano affascinanti e funzionali non è semplice, ma alla Tubus radiatori ci sono riusciti. «Il merito - accenna Cristiano Crosetta direttore commerciale dell' azienda - è anche dello studio Palomba. Roberto e Ludovica sono riusciti a trovare nella collezione "element" tutti gli ingredienti per far diventare il nostro prodotto esteticamente pregevole». «Con le mie proposte - sottolinea l' architetto Ludovica Palomba - tento di rendere più armonici degli oggetti altrettanti tecnici come i radiatori grazie a un' estetica domestica». Axor, una delle linee di Hansgrohe, in celtico significa Acqua e Oro. «La nostra produzione - dice il direttore commerciale Maurizio Lunardi ha nel design la sua cifra più significativa. Per noi lavorano l' architetto Citterio, designer come Starck e lo Studio Phoenix e tutti sono in perfetta sintonia con la filosofia dell' azienda». Una volta era semplicemente «il telefono» che ci aiutava a fare la doccia nella vasca da bagno, ora questo aggeggio ha assunto una sua identità e si chiama doccetta. Emanuele Visentin, amministratore delegato dell' omonima ditta, sottolinea l' importanza del design nella sua produzione. «Conta tantissimo, noi lavoriamo in stretta collaborazione con lo Ied di Torino con delle borse di studio per i migliori progetti». Teuco e design un binomio inscindibile. Mauro Guzzini, il manager che si occupa dello sviluppo del prodotto chiarisce gli aspetti di questo abbinamento. «Nel 1973 la nostra "Doccia 101" di Fabio Leuci è entrata al MoMa di New York. Ora le nostre vasche le esportiamo in tutto il mondo, questo significa che se la produzione è di qualità, la clientela ti premia sempre». I numeri Gli accessori e i mobili tirano il mercato in Italia e all' estero 829 milioni di euro è il fatturato della produzione del settore mobili e accessori per il bagno (619 milioni mercato interno e 222,6 milioni estero) 66,1% l' uso delle pietre naturali: marmo, granito e marmi tecnici per i top tradizioni. Aumenta la tendenza dell' impiego del vetro acidato, sabbato e colorato (20,4%) 46% l' uso della ceramica, seguono il vetro o cristallo (37,2%) e i materiali sintetici con il (16,8%) 78% la percentuale dei consumi di prodotti per l' arredobagno avvenuto attraverso la distribuzione tradizionale, mentre il 18% è transitato attraverso la grande distribuzione organizzata 762 milioni di euro è il fatturato di vasche da bagno e idromassaggio e delle cabine doccia. Nel 2004, il comparto dell' idromassaggio (vasche, box multifunzione e combinati) ha registrato un calo sia nelle esportazioni che nel mercato interno, passando da un valore totale di produzione di 347 milioni di euro a 338 (- 2,5%). Al contrario, per i box doccia tradizionali il 2004 sembra essere stato positivo con un valore di produzione di 390 milioni di euro, quasi il 5% in più rispetto ai 372 del 2003

Di Gregorio Maurizio**Pagina 36**

(26 settembre 2005) - Corriere Economia

Ogni diritto di legge sulle informazioni fornite da RCS attraverso la sezione archivi, spetta in via esclusiva a RCS e sono pertanto vietate la rivendita e la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi modalità e forma, dei dati reperibili attraverso questo Servizio. È altresì vietata ogni forma di riutilizzo e riproduzione dei marchi e/o di ogni altro segno distintivo di titolarità di RCS. Chi intendesse utilizzare il Servizio deve limitarsi a farlo per esigenze personali e/o interne alla propria organizzazione.

**Poker Club**

Registrati gratis e parti con 25 € bonus! E' Lottomatica!

www.pokerclub.it**The Winning Look**

Arriva il primo concorso di bellezza solo per occhi!

www.winning-look.it**Offerta British Airways**

Fino al 31 Agosto un volo a/r in Business vale doppio.

www.ba.com/2per1