

il bagno 237

OGGI E DOMANI

www.italiandesign360.com



THE BATHROOM TODAY AND TOMORROW

La salle de bains aujourd'hui et demain | Das bad heute und morgen | El baño hoy y mañana

MCE 2008

Numero distribuito ad Expobagno Issue Distributed at Expobagno

Trends Tendenze per il nuovo anno Products for an Year

Design Intervista con Antonio Citterio An Interview with Antonio Citterio

Direttore editoriale | Editor
Franco Adami

Direttore | Editor in Chief
Oscar G. Colli

Vice Direttore | Deputy editor
Benedetto Marzullo
(responsabile editoriale)

Redazione | Editorial staff
Nicoletta Caretti

Segreteria | Secretary
Brunella Chiari

Art Director
Mauro Locarno

Impaginazione | Layout
Emanuela Cossu
Elita Fiorentino

 **Reed Business Information**

Reed Business Information Spa
Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Reed Elsevier Group PLC
20143 Milano - Viale G. Richard, 1/a
Telefono 02 81830.1
Telefono redazione 02 81830.239
Fax redazione 02 81830413
Fax pubblicità 02 81830405
www.reedbusiness.it
bagno@reedbusiness.it

Traduzioni/Translation:
David Lowry, Servizi Estero, Studio Trevisan

ORGANIZZAZIONE DI VENDITA

Direttore Commerciale Ivo Braga

Direttore Vendite Davide Lenarduzzi

Segreteria Commerciale
Monica Corletti - tel. 02 81830.683
monica.corletti@reedbusiness.it

Luciana Lazzaroni - tel. 02 81830.233
luciana.lazzaroni@reedbusiness.it

Silvia Lusetti - tel. 02 81830.246
silvia.lusetti@reedbusiness.it

Key Account International Sales
Patrizia Sandri - tel. 02 81830.635
patrizia.sandri@reedbusiness.it

UFFICIO TRAFFICO
Emanuela Giudice - tel. 02 81830.284
emanuela.giudice@reedbusiness.it

© Copyright Reed Business Information SpA - Milano - Italia
Le rubriche e le notizie sono a cura della redazione.
È vietata la riproduzione, anche parziale, di articoli, fotografie e disegni senza preventiva autorizzazione scritta.

Servizio Abbonamenti
Manuela Seregni
tel. 02 81830.221 - manuela.seregni@reedbusiness.it

Tariffe abbonamento 2007
Italia: sped. ordinaria € 54,00
sped. contrassegno € 58,00
Esteri: sped. ordinaria € 80,00
sped. prioritaria Europa € 89,00
sped. prioritaria Africa, America, Asia € 111,00
sped. prioritaria Oceania € 123,00
Fascicolo singolo: € 8,00 - Fascicolo arretrato: € 15,40

Gli abbonamenti possono essere sottoscritti anche versando il relativo importo sul c/c postale n. 33669066 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 successive modificazioni ed integrazioni. Pertanto non può essere rilasciata fattura.

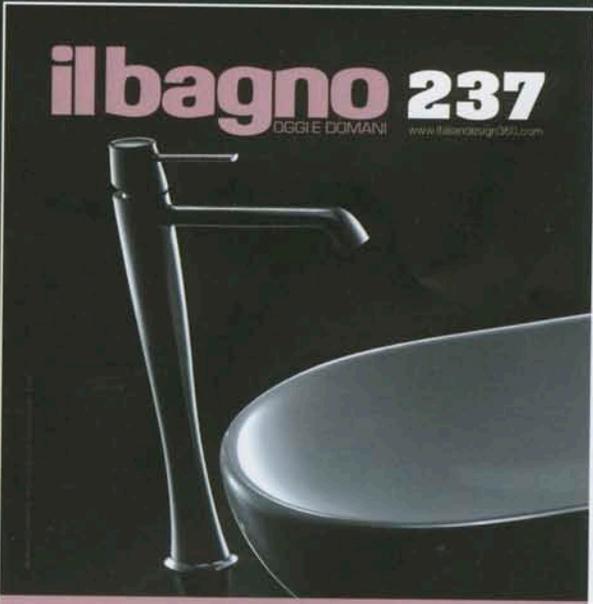
Marzo/March 2008

Interni interiors 86
Classe trasparente
Transparent Class

Design 92
Magie progettuali
Design Magic

Design 98
Verso un nuovo concetto di standard
Towards a New Standard Concept

Produzione Production 107
Tendenze 2008
Trends for all



THE BATHROOM TODAY AND TOMORROW
La salute del bagno | Design | Trend | Con i tuoi sogni | Il bagno oggi e domani | El baño hoy y mañana

MCE 2008
Numero distribuito ad Expobagno Issue Distributed at Expobagno

Trends Tendenze per il nuovo anno Products for an Year
Design Intervista con Antonio Citterio An Interview with Antonio Citterio

Reed Business Information www.27096.com/it



In copertina bacinella fuoripiano e miscelatore a bocca alta, rispettivamente di Duravit e delle rubinetterie F.lli Frattini. On cover the vessel basin against the silhouette of a tall mixer tap, the first by Duravit and the latter by F.lli Frattini.

Magie progettuali | Design Magic

Il Concorso «Houdini, il bagno trasformista» ha visto premiato un solo progetto di design; un vincitore e cinque segnalati. Invece, nella sezione dei progetti di interni. **The competition "Houdini, il bagno trasformista" saw just one design awarded a prize in the industrial design section; in the interior design section, on the other hand, the outcome was one winner and five highly commended entries.**

Dalla mente fervida di un esperto di marketing, qual è unanimemente riconosciuto Paolo Paci, e con il contributo della struttura organizzativa del Gruppo Quid di Pesaro, di cui ne è il maggiore azionista, nascono idee rivolte a fare ricerca progettuale su oggetti e ambienti bagno. Costantemente proteso alla ricerca dell'originalità, ogni anno trova il modo di mettere in piedi un concorso di idee coinvolgendo industrial designer, architetti e progettisti di interni di tutta Italia, ma anche da altri Paesi europei.

L'ultimo, in ordine di tempo, «Houdini, il bagno trasformista», il concorso organizzato in collaborazione con Macef che ha visto come media-partner Progetti, Designplaza, DesignRepublic, oltre alla nostra rivista Il Bagno Oggi e Domani. Due le sezioni competitive, con un'adesione massiccia e di qualità interessante di progetti, selezionati da una qualificata giuria nazionale, composta da 13 esperti fra i quali alcuni giornalisti, designer e creativi di agenzia di comunicazione. A presiederla, il nostro direttore Oscar G. Colli. Riuniti in un moderno albergo di Senigallia, nelle Marche, i componenti hanno esaminato gli elaborati pervenuti e aventi le caratteristiche per essere ammessi al concorso e hanno stabilito di decretare un vincitore per la sezione «Interior Design» (risultato all'unanimità quello presentato da Mauro Maccarini, di Milano, con la collaborazione di Sara Pallavicini e Katuscia Panzeri, dal titolo: «Il bagno al centro»). Altri cinque progetti sono stati ritenuti idonei per entrare nel ristretto gruppo dei «segnalati». Ridotto al solo vincitore Riccardo Oria di Altamura (Bari) la sezione dedicata all'Industrial Design», dal curioso titolo: «Pffffff.....Woosh». In questa sezione, infatti, i giurati non hanno individuato altri progetti degni di entrare nell'ipotizzato (come da regolamento) elenco dei segnalati.

L'evento «Houdini», conclusosi con la presentazione delle soluzioni premiate e segnalate, ha avuto la sua apoteosi a Bologna nello scorso ottobre, durante il periodo del Cersaie. Ci pare doveroso elencare in stretto ordine alfabetico le aziende sponsor in questa bella operazione di design che sono state: Axor-Hansgrohe, Aspiro, Ceramica Fioranese, Mosaico, Duravit Italia, Foppapedretti, Gardesa, Hansa Italiana, Laufen Italia, Salis, Studio Art, Valpra, Videowork e Zeppelin. Nei complimenti all'organizzazione, non va dimenticato un grazie a Erika Giangolini di Quid, per tutta l'assistenza prestata alla giuria prima e durante le fasi di valutazione del tanto materiale pervenuto e reso consultabile da una chiara e meticolosa preparazione.

■ **The lively mind** of a marketing expert, which is what Paolo Paci is universally acknowledged to have, when combined with the input of an organisation like Pesaro-based Gruppo Quid, of which Paci is the major shareholder, is bound to produce ideas for promoting design research focusing on the bathroom (both the setting itself and the objects that go in it). Always committed to the quest for originality, Paci, every year, manages to find a way of setting up a design competition, drawing in industrial designers, architects and interior designers from all over Italy, but also from other European countries. The latest of these was "Houdini, il bagno trasformista", which was organised in collaboration with Macef and had Progetti, Designplaza, DesignRepublic, as well as our magazine Il Bagno Oggi e Domani as its media-partners. The competition, which was divided into two sections, attracted a large number of quality designs. These were appraised by an Italian judging panel, comprising 13 experts including journalists, designers and creative directors from communications agencies. The panel was chaired by our own director, Oscar G. Colli. The members of the judging panel, meeting in a modern hotel in Senigallia, in the Italian region of Le Marche, examined the pieces that, of the work submitted, had been deemed to meet the criteria for admission to the competition and they agreed, unanimously, on a winner for the "Interior Design" section (the entry by Mauro Maccarini, of Milan, produced in collaboration with Sara Pallavicini and Katuscia Panzeri, entitled: "Il bagno al centro"). Five other designs were deemed worthy of inclusion in the exclusive set of submissions classified as "highly commended". Instead, the Industrial Design section produced just one winner, Riccardo Oria of Altamura (Bari), for his work intriguingly entitled: "Pffffff...Woosh". In this section, the panel did not pick out any other projects which they considered worthy of inclusion in a possible "highly commended" category (for which the competition rules made provision).

"Houdini", which ended with the presentation of the winning and highly commended entries, run in Bologna last October during the period of the Cersaie fair.

We feel that it is only right to include a mention, here, of the companies that sponsored this fantastic design initiative. Listed in alphabetical order, they are: Axor-Hansgrohe, Aspiro, Ceramica Fioranese, Mosaico, Duravit Italia, Foppapedretti, Gardesa, Hansa Italiana, Laufen Italia, Salis, Studio Art, Valpra, Videowork and Zeppelin. Congratulations are due to the organisers of the event and a particular thank you to Erika Giangolini of Quid, for all the help she gave the panel before and during the assessment of the enormous amount of material submitted which, thanks to her clear and meticulous preparation of it, was made easy to consult.



Houdini
il bagno trasformista

► Nella sezione interior design i progettisti si sono confrontati con uno spazio di 16 metri quadrati, con un'altezza massima di 3m da trasformare, attraverso trucchi e

magie, sia dal punto di vista funzionale che compositivo. Interior design section: the designers were presented with a space, 16 metres squared and up to 3 metres high, which, using

various devices, they were required to transform both as regards its function and its layout.

CECI N'EST PAS UNE TOILETTE

Alberto Martelloni

Uno spazio emotivo essenziale, costituito da elementi che portano al fruitore benefici fisiologici e spirituali. Il concept di progetto prevede un ambiente rilassante e avvolgente, in cui i sanitari si legano attraverso forme sinuose a creare un unico elemento. Tutto a una direzionalità verso un qualcosa di indefinito di etereo, ma allo stesso tempo l'uomo è libero di muoversi all'interno di questo spazio. I rivestimenti svolgono un ruolo importante: la pavimentazione laterale in larice è tagliata dalla resina in cemento spatolato che si arrampica sulla parete di fronte tagliando le finestre in due parti nette. Il lavabo è un bacino battesimale legato agli altri sanitari attraverso una struttura metallica in acciaio satinato e listelli di rovere. Dal soffitto robuste corde di canapa sorreggono ciottoli neri di pietra lavica che attraverso sacche contengono oggetti bagno, asciugamani e accappatoi.

An essential space with an emotionally heightened atmosphere, comprising elements that benefit the user in both physical and spiritual ways. The design is based on the idea of a relaxing and welcoming setting, where the fixtures, through their sinuous forms, combine to create a single element. Everything seems to tend towards something undefined and ethereal, nevertheless allowing freedom of movement within the space. The tiling plays an important role: the floor's side covering in larch wood is interrupted by the trowel cement resin which climbs the wall opposite, separating the windows into two distinct parts. The basin is like a baptismal font and is linked to the other fixtures through a structure made from brushed steel and oak rods. Thick ropes (of hemp) suspended from the ceiling support black lava stones with pockets to store bathroom items, towels and bathrobes.



IL COCOON DI ALICE...

Tecla Tangorra, Robert Ivanov

Uno spazio unico, pensato come luogo da scoprire e trasformare nelle sue forme e funzioni. Racchiuso in un guscio, questo ambiente bagno vuole far nascere un desiderio di privacy, protezione e benessere. Un "cocoon", che mescola sensazioni tattili, olfattive e visive, attivate tramite differenti materiali, trasparenze, texture e vegetazione aromatizzata. Lo spazio è forato da 4 aperture asimmetriche, ogni spazio è legato ai tempi di permanenza nella stanza, quello superiore coincide con i tempi più lunghi, come per esempio fare un bagno, mentre, avvicinandosi al bordo della piattaforma i tempi di stasi cambiano, introducendo la nozione di rapidità legata all'utilizzo degli oggetti, come per esempio la doccia, il lavandino e la toilette.

A single space, conceived of as a place that is there to be discovered and transformed, both in its forms and in its functions. Enclosed in a shell, this bathroom encourages a desire for privacy, protection and wellbeing. It is a "cocoon" that, through its different materials, transparencies and textures and its aromatic vegetation, provides a blend of tactile, olfactory and visual sensations. This space is divided by 4 asymmetrical openings, each designed for the amount of time to be spent in the bathroom; the top one is devoted to the more leisurely activities, like taking a bath for example, whereas, in the more external part, the time needed changes and the concept of rapidity is introduced, linked to the use of objects like the shower, basin and wc.



PROGETTO EDEN**Luca Moretti, Alessandro Orman**

Un luogo aperto, fluido, un quadrato con angoli arrotondati e solo due setti di divisione all'interno. Si creano diverse aree con profumi e funzioni molto diverse: Health, area centrale con tutte le funzioni caratteristiche di un bagno tradizionale: lavabo, wc, bidet, doccia; Pleasure, luogo di completo relax con vasca d'acqua in parte incassata, profumi ed essenze che si diffondono nell'aria, legno bianco naturale, nicchie in cui porre i propri asciugamani e accappatoi, in cui sedersi, in cui eventualmente porre cuscini, piano in cui distendersi e riposare, luogo che accoglie e che coccola. Living, zona da vivere, area apparentemente vuota priva di funzioni, solamente di passaggio con luci a forma di stelle che calano dal soffitto; ma che può trasformarsi in un'area da sfruttare, Progetto Eden crea uno spazio elegante, piacevole, divertente, rilassante, uno spazio in cui convivere e vivere.

An open, fluid space; a square with rounded edges and encompassing only two partitions. Different areas are created, and they are characterised by very different perfumes and functions: Health, the central area, has all the features and functions of a traditional bathroom: basin, WC, bidet, shower; Pleasure is the area given over to total relaxation with its semi-built-in bathtub, its pervading perfumes and essences, its natural white wood, its niches for storing towels and bathrobes and for sitting in, possibly adding cushions, and its flat surface for lying and resting on. In short, it is a place that embraces and cossets you. Living, as its name suggests, is an area that, apparently devoid of specific functions and with star-shaped lights that fall from the ceiling, is simply intended to be lived in, or passed through; but it can also be turned into an area to be exploited to the full. Progetto Eden creates an elegant space that it is pleasant and fun to be in, a relaxing space to be shared and enjoyed.

**VUALA'****Marco Pessotto, Silvia Cattelan**

Una nuova concezione di bagno: un ambiente che c'è ma non si vede, che si vede ma non è ciò che si pensa! La sua forma esterna si presenta come un parallelepipedo di vetro che si interseca in uno di cemento, il tutto è posizionato esternamente alle mura perimetrali della casa, quasi come un prolungamento delle stesse. La disposizione interna è nata dall'esigenza di creare un ambiente che non sembrasse un bagno, permettendo così di trasformarlo a seconda delle esigenze personali. L'elemento predominante è il movimento dell'acqua e l'inserimento di sassi; per aumentare il gioco d'acqua e creare l'illusione di una fontana, sopra alla vasca troviamo un docciaone, incassato a soffitto, il quale crea una vera e propria cascata di pioggia.

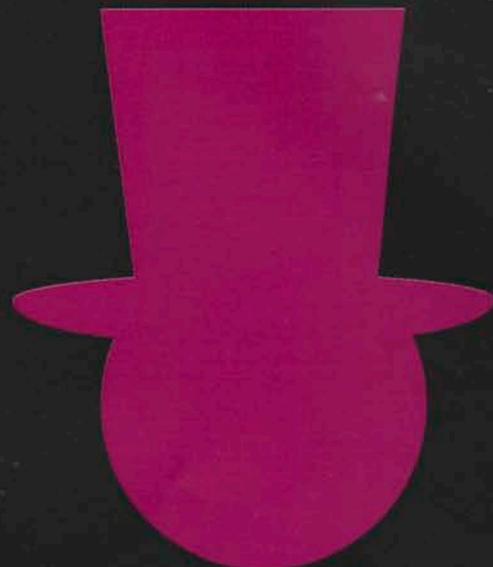
Here we have a new concept of bathroom: it is there, but it isn't; it can be seen but it is not what you might think! Externally it takes the form of a glass parallelepiped set in another, concrete one, the whole structure set externally to the perimeter walls of the house, rather as though it were an extension of them. The internal arrangement derives from the need to create a room that doesn't look like a bathroom, and which can therefore be transformed to suit personal requirements. The features that predominate are the movement of the water and the addition of stones; these serve to enhance the water play effect and to create the illusion of a fountain. Above the bathtub we find a large shower, set into the ceiling, from which falls a cascade of rain.



giuria del premio/the prize jury: Gabriele Adriano, Davide Adriano, Silvia Stanzani, Giorgio Gurioli, Stefano Bizzarri,

erta Giovanardi, Achille Scaringi Raspagliesi, Lara Bezzecchi, Giorgio Tartaro, Giovanna Talocci, Carlo Beccati, Carlo

ezzi, Italo Campagnoli, Oscar G. Colli (president).



WABISABI
Annalisa Languiti, Valeria Concilio, Gianluca Calderisi, Giuseppe Ruggieri

Un progetto inteso come modo di sentire la natura e la bellezza. Alla base dell'idea due concetti: flessibilità e semplicità. Consentire allo spazio di poter cambiare velocemente in modo radicale offrendo una diversa scenografia. Viene così a cadere la visione statica dell'ambiente bagno, luogo per bisogni fisiologici, per ricreare invece un ambiente in cui c'è un coinvolgimento di corpo e mente, con la sollecitazione di tutti i sensi. E' qui che entra in gioco un altro aspetto cardine: la relazione tra il dentro ed il fuori, tra naturale ed artificiale. Una fusione ottenuta mediante l'utilizzo di una superficie vetrata. Lo spazio cambia in base alle stagioni dell'anno con giochi di luce, profumi, colori. L'ambiente bagno diventa un luogo-non luogo in cui l'individuo rigenera corpo e spirito, si chiude al "reale" per aprirsi all'"immaginario".

It is a way of experiencing nature and beauty. A design idea based on two concepts: flexibility and simplicity. Giving a space the scope to change suddenly and radically, to create a different setting. It allows us to abandon our static idea of the bathroom as a place serving our physical needs, and to replace it with a place that, stimulating all the senses, encourages the involvement of both body and mind. And here we come to another golden rule of design: the need to guarantee a relationship between what is without and what is within, between the natural and the artificial. In this case, it is a fusion obtained through the use of a glass surface. Thus, the space changes with the seasons, offering new plays of light, perfumes and colours. The bathroom, becomes a "non-place" place in which the individual can seek physical and spiritual regeneration, shutting out the "real" to allow in the "imaginary".

