

marzo 2017 [www.e-diesse.it](http://www.e-diesse.it)

# a

ABITARE  
il BAGNO

ENGLISH VERSION  
AVAILABLE INSIDE

**INDUSTRIA**  
*Gli OBIETTIVI  
del 2017*

**RETAIL**  
RADICAMENTO  
SUL TERRITORIO  
E NUOVI  
POSIZIONAMENTI

**SPECIALE**  
ANTEPRIMA  
ISH

# INDA

INTERVISTA A **DENIS VENTURATO**, PRESIDENTE  
DEL GRUPPO SAMO INDUSTRIES E AD DI INDA

# IERI OGGI DOMANI



## SCARABEO CERAMICHE

Il 2016 si è chiuso in maniera positiva, consolidando l'importante crescita del 2015, e ha confermato l'Italia come il mercato di riferimento con un'incidenza pari a circa il 20% del volume di affari complessivo. Guardiamo al 2017 certamente con fiducia, e stimiamo una buona crescita su tutti i mercati principali da noi serviti tra cui Usa, Giappone, Australia, India ed Europa. Inizialmente eravamo molto fiduciosi anche sulle prospettive del mercato italiano, ma ora bisognerà vedere quale sarà l'impatto economico causato dall'emergenza terremoto e maltempo che sta bloccando ben cinque regioni Italiane. Prodotto, partnership con la distribuzione, investimenti marketing e presenza in Fiere, attività di formazione, queste le attività che devono assolutamente fare parte del piano sviluppo strategico di un'azienda come la nostra, e essere interconnessi tra loro. Per un'azienda "strutturata", e con una vision a medio termine, è assolutamente indispensabile che tutto ciò sia pianificato nei minimi dettagli e in maniera molto selettiva per il raggiungimento dello scopo prefisso.



**GIAMPAOLO CALISTI**  
TITOLARE

## SCAVOLINI

Abbiamo chiuso il 2016 con una crescita dell'8% e un fatturato di Gruppo che ha raggiunto i 210 milioni di euro. Guardando al nostro fatturato complessivo, l'Italia resta il mercato principale con l'80% del fatturato, l'export ha un peso del 20%, e ci vede impegnati a sostenere una politica di forte espansione del network e di aumento costante di nuove aperture. Uno dei trend più importanti



**FABIANA SCAVOLINI**  
AMMINISTRATORE  
DELEGATO

che sicuramente si consoliderà quest'anno, è la sempre maggiore contaminazione tra gli ambienti domestici che coinvolge anche la stanza da bagno, che oggi sta iniziando a ibridarsi con elementi tradizionalmente appartenenti ad altre aree della casa, condividendo materiali, design, stili e colori. Vanno in questa direzione, i programmi Ki e Diesel Open Workshop, e, per il classico, Magnifica ed Esclusiva e il progetto "Laundry Space", novità di quest'anno, che consente di arredare il bagno integrando

gli elementi tipici della lavanderia nelle nostre collezioni. Puntiamo a incrementare il fatturato, confermando il trend positivo che abbiamo registrato nel corso degli anni. Le collezioni Scavolini Bathrooms sono entrate in commercio a fine 2012, ottenendo risultati assolutamente positivi che contiamo di mantenere. Infatti, nonostante il mercato italiano sia maturo, essendo la nostra una linea di prodotti giovane, ci sono ancora ampi margini di crescita in Italia e all'estero. Oltre che nello sviluppo del prodotto, continueremo a lavorare nel consolidamento e nella valorizzazione della rete distributiva, attraverso i monomarca e la distribuzione specializzata, in Italia e all'estero. Infine, continueremo a investire in Tv, sulla carta stampa e online, e a presidiare le più importanti manifestazioni fieristiche di settore.

## VICTORIA + ALBERT

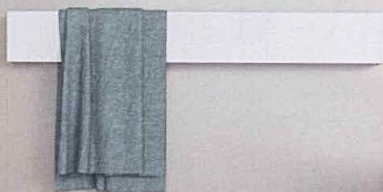
Victoria+Albert continua la sua crescita rilevando nel 2016 un aumento del fatturato italiano dell'8%. Un ulteriore incremento è previsto per il 2017. A questo hanno contribuito i diversi investimenti sostenuti nel settore A&D, e l'apertura della nuova showroom in centro a Milano. Nella divisione Europea del Gruppo, l'Italia ha acquistato una buona importanza in brevissimo tempo ed è attualmente al 4° posto per importanza, dopo Gran Bretagna,



**JAMES STICKLEY**  
REGIONAL SALES  
MANAGER EUROPE

Germania e Francia. Si conferma come un ottimo mercato per prodotti che, come i nostri, si concentrano sulla competitività della gamma, offrendo soluzioni di qualità. L'azienda ha grandi progetti e ottime aspettative per quanto riguarda il mercato internazionale e per il 2017 e 2018 ha in programma interessanti novità di prodotto. La direzione è quella di una soluzione bagno completa di tipo sartoriale, caratterizzata da un taglio artigianale e dall'attenzione ai dettagli. A Ish l'azienda presenta diverse novità, tra cui cinque vasche. Il concept delle nuove collezioni mira a dare particolare attenzione al settore architettura e design in Europa in modo da sostenere anche le operazioni A&D in cui Victoria + Albert sta investendo in America e Gran Bretagna. L'obiettivo è continuare a innovare e sperimentare per ottenere prodotti di qualità sempre maggiore a un prezzo accessibile, con servizi di pronta consegna unici. In occasione della prima partecipazione ufficiale al Fuorisalone di Milano sono in programma progetti ed eventi in campo artistico, del design e dell'architettura. Con l'apertura del nuovo showroom in Galleria Meravigli nel centro storico di Milano, infine Victoria + Albert, ha previsto l'attribuzione di crediti formativi e un piano di eventi culturali in collaborazione con Culture Club. Il primo si è svolto il 27 febbraio scorso.

ISH Preview



## RIDEA Towel Bar

Geometrico ed essenziale, lo scaldasalviette elettrico Towel Bar è realizzato in alluminio e definisce l'ambiente bagno con un segno elegante. Disponibile in diverse lunghezze, si adatta a ogni tipo di parete e di atmosfera grazie a una ricca gamma di colori e finiture. Nella nuova versione 2017 viene rivisto nelle proporzioni e nell'elettronica, per diventare sempre più un accessorio a servizio del bagno; l'altezza maggiore ne aumenta la capacità di riscaldare, mentre la gestione touch ne facilita l'utilizzo da parte del consumatore.

*Geometric and essential, the electric NEW towel Bar is made of 100% aluminium and defines the bathroom with an elegant sign. Available in different lengths, it adapts to any type of wall and atmosphere thanks to a wide range of colours and finishes. In the new 2017 version, the bar is reviewed in proportions and electronics in order to become more and more an accessory in the bathroom service; the greater height increases heat ability while the touch management systems simplify its usability.*



★ Design GIOVANNI CALISTI

## SCARABEO Teorema 2.0

La collezione ha oggi un design ancora più pulito grazie a un alleggerimento dei bordi che raggiungono una misura di soli 6 mm. La collezione di lavabi, da sempre caratterizzata da forme rigorose, semplici ed eleganti, dopo le prime versioni da appoggio e da incasso, con o senza foro per la rubinetteria, si completa di una nuova misura intermedia di 50 cm e di un nuovo ed affascinante lavabo sospeso a doppia vasca lungo cm 141.

*This collection after a restyling which led to an even cleaner design thanks to a lightening of the edges which measure just 6 mm. The collection of washbasins, which has always been characterised by elegant, simple and strict forms, after the first supporting and built-in versions, with or without a hole for taps and fittings, is completed with a new in-between size of 50 cm and with a new and charming hanging washbasin with a double 141 cm long bath tub.*

## SAUNA VITA Kalika

L'estetica di Kalika è curata in ogni suo dettaglio. Le panche sospese, pensate per l'ergonomia del corpo, sono state alleggerite grazie a un lavoro di design che le ha rese più funzionali ed accoglienti. La nuova stufa, tutta in acciaio in posizione laterale, fa di Kalika un luogo di benessere assoluto.

*The aesthetics of Kalika is cured in every detail. The suspended benches, designed for the ergonomics of the body, have been lightened thanks to a design study that made them more functional. The new stove, all in stainless steel, on the side, makes Kalika a place of absolute well-being.*

