

25 anni
Editoriale
DUESSE

aprile 2017 www.e-duesse.it

abo

ABITARE
il BAGNO

Gli eventi del
FUORI SALONE

INCHIESTA

INDUSTRIA E GDO
TRA STRATEGIA
E OPPORTUNITÀ

LA NOSTRA FILOSOFIA TAILOR MADE

INTERVISTA
A MARCO FERRARI,
AMMINISTRATORE DELEGATO
DI CAIELLI E FERRARI

INTERVISTE

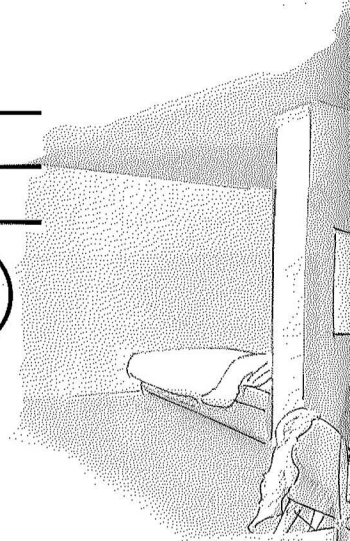
EMO DESIGN:
"Progettare
pensando al
mercato"

DONATA DONZELLI
DI KALDEWEI:
"La tecnologia,
un elemento
fondamentale"

ISH

LE NOVITÀ
DA FRANCOFORTE

PROGETTARE PENSANDO al MERCATO



34

PARTE CON QUESTO NUMERO
UNA **NUOVA RUBRICA**
DI AB CHE CI PORTERÀ,
OGNI MESE,
A INCONTRARE
I PROTAGONISTI
DEL MONDO DEL DESIGN.
INIZIAMO CON
QUESTA INTERVISTA
A **CARLO CICILLKOT**
E **LUKASZ BERTOLI**
DI **EMO DESIGN**

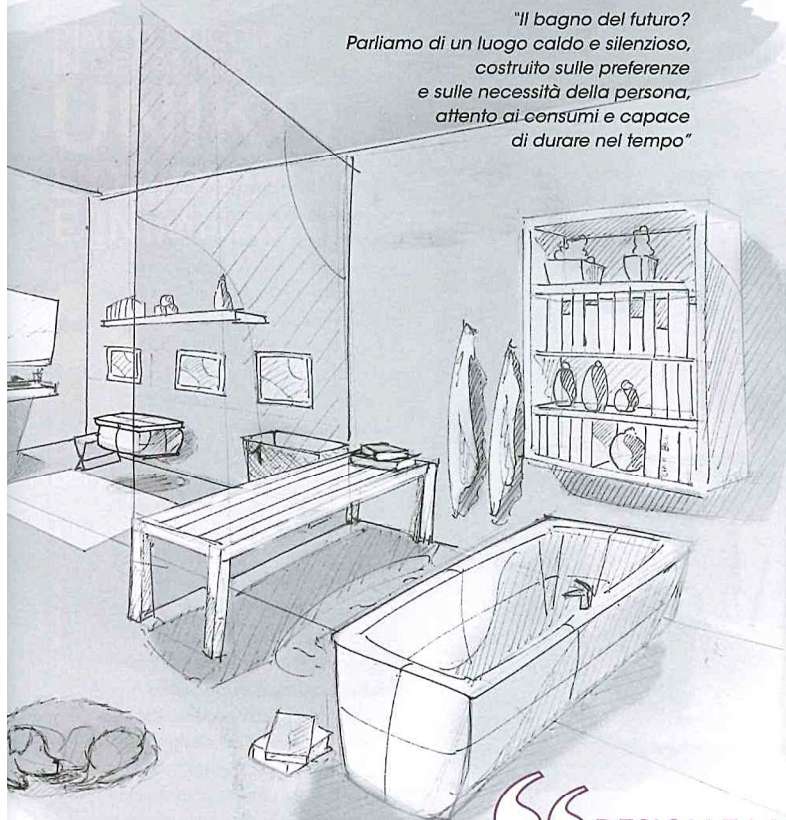
di Antonio Allocati

Pragmatismo e creatività. Attitudine al marketing a cui affiancare in armonia ed equilibrio, ovviamente, una sensibilità verso nuove tendenze. Partnership solide e durature con le aziende. Emo design è uno studio, fondato nel 2008 (con sede a Vittorio Veneto ma con uffici in Polonia e Cina), perfettamente calato (anche) nella realtà di un mercato come quello dell'arredobagno che cerca di anticipare e capitalizzare l'evoluzione nei gusti e nei comportamenti di acquisto dei consumatori finali. Del resto, come dicono loro, "non generiamo semplicemente belle idee, ma abbiamo molta cura per quel che facciamo e siamo consapevoli di fare uno dei più bei mestieri del mondo". Abbiamo incontrato per questa intervista, Carlo Cicillkot (Key Account and Managing Partner)



**Carlo Cicillkot e Lukasz Bertoli
di Emo Design**

*"Il bagno del futuro?
Parliamo di un luogo caldo e silenzioso,
costruito sulle preferenze
e sulle necessità della persona,
attento ai consumi e capace
di durare nel tempo"*



Lukasz Bertoli e il lavabo Fuji
di Scarabeo Ceramiche

DESIGN E MARKETING? DEVONO COSTANTEMENTE GUARDARE NELLA STESSA DIREZIONE VERSO L'OBIETTIVO FINALE DA RAGGIUNGERE

e Lukasz Bertoli (Design Lead and Managing Partner) fondatori
e da sempre guide dello studio.

Giudicando dal vostro osservatorio particolare come è cambiata in tempi recenti la concezione e l'interpretazione della sala da bagno, così come la sua collocazione nell'ambiente domestico e dei prodotti che in esso trovano spazio?

In generale possiamo dire che il bagno sta diventando una sala la cui importanza è assolutamente pari al living. Di conseguenza l'attenzione che viene riposta dalle aziende e, ovviamente anche dai designer, è sempre maggiore. Sempre più si pensano e si sviluppano prodotti dedicati, con un'attenzione specifica e una strategia dedicata che renderanno la stanza da bagno ancora di più accogliente e personalizzabile.

Quali sono, a vostro avviso, i mutamenti più significativi - a partire dalle nuove tendenze progettuali - e in che modo hanno avuto impatto sul nostro settore?

I cambiamenti più significativi sono legati, in parte, alla definizione di nuovi materiali e di nuove tipologie/evoluzioni di prodotto; pensiamo a questo proposito al passaggio dalla colonna al lavabo d'arredo... Ma, soprattutto, pensiamo all'affermazione di una cultura diversa che oggi, a differenza del passato, cerca di rispondere alle necessità moderne e, quindi, questo vuol dire per il consumatore finale fermarsi e prendersi cura di sé stessi.

Cosa cerca oggi, quindi, un consumatore nell'ambiente bagno della propria casa?

Tre cose ben precise, prima di tutte le altre: relax, benessere, natura. Nel concepire e progettare un prodotto la base da cui solitamente partite è uno stimolo del committente oppure una vostra intuizione?

conosci bene l'azienda con cui hai una collaborazione e il mercato di riferimento, tutto diventa più semplice. È molto più facile far nascere l'intuizione. È il caso del nostro ultimo progetto in questo settore: i mini lavabi, disegnati per Scarabeo Ceramiche, della linea Hung, con i quali tra l'altro abbiamo vinto anche l'IF Product Design Award 2017. Che giudizio date del Made in Italy oggi nel design? Siamo ancora un'eccellenza riconosciuta a livello internazionale in grado, soprattutto, di anticipare i trend?

Sì e non c'è alcun dubbio. Il Made in Italy mantiene e rafforza in ambito design le sue peculiarità. E i dati del Salone del Mobile, del resto, parlano da soli...

Oggi che caratteristiche deve avere un prodotto per soddisfare in concreto le esigenze dei consumatori?

Niente di particolare o di speciale... deve trattarsi del prodotto giusto, creato e proposto al momento giusto!

La stanza da bagno sta acquisendo un ruolo sempre più importante all'interno della casa. Condividete questa affermazione? Ritenete sia un trend destinato a rafforzarsi? Se sì perché?

Certamente, condividiamo pienamente questa annotazione! Una tendenza che di sicuro si rafforzerà perché le persone avranno sempre più bisogno di prendersi del tempo per loro stesse. Anche se va detto che un tema importante, che si dovrà assolutamente affrontare anche dal punto di vista della progettazione, sarà quello dello spazio, che si va riducendo, all'interno delle abitazioni moderne.

La genesi di un nuovo prodotto può partire da entrambi i contesti; certo è che nel momento in cui

EMO DESIGN IN PILLOLE

ANNO DI FONDAZIONE

2008

SEDE

Vittorio Veneto (TV)

SETTORI

arredobagno, illuminazione,
riscaldamento, sport, mobilità
elettrica, domotica, automazioni,
cucine e apparecchiature
per la cucina professionali

COLLABORAZIONI
NELL'ARREDOBAGNO

Scarabeo Ceramiche, Planit,
Jacuzzi, Suerda (azienda cinese)



Tray di Planit

Vi definite dei designer market-oriented. Un'espressione molto interessante, che merita di essere spiegata bene ai nostri lettori...

Una questione che è tutto sommato molto semplice. Noi, infatti, progettiamo partendo dal mercato, dagli stimoli e dai segnali che esso ci offre. Non siamo autoreferenziali, non partiamo certo da noi stessi... Cerchiamo quindi con il nostro lavoro di proporre delle soluzioni realmente ad hoc, che siano studiate, in modo chirurgico, per il cliente, tenendo conto delle sue caratteristiche e delle esigenze che ha. Lo facciamo enfatizzando i valori del marchio per il quale progettiamo un prodotto, e al contempo considerando il mercato di riferimento. Sempre, però, con il pensiero fisso rivolto all'utente finale. Chiaro. E dunque in che modo è possibile che la componente del marketing e quella del design convivano proficuamente?

Il marketing va sempre considerato

come un potentissimo strumento per le aziende che lo utilizzano in maniera corretta. Si tratta di dosare bene entrambe le competenze ma, soprattutto, design e marketing devono guardare nella stessa direzione verso l'obiettivo finale da raggiungere.

Semplice ma solo in teoria... Questa sembra essere una delle sfide più difficili ma anche stimolanti per il vostro lavoro...

È sicuramente una delle sfide che dobbiamo affrontare e vincere nel nostro lavoro. Va peraltro detto che la nostra esperienza ci ha portato a incontrare uffici e divisioni marketing che hanno subito visto nella nostra competenza uno strumento essenziale per implementare le loro strategie.

Lo showroom di arredobagno continua a essere un protagonista di essenziale importanza nel settore? In che modo può affrontare e vincere la sfida del rinnovamento?

Lo showroom è un tassello molto importante. Può mantenere questo ruolo cercando di essere sempre sul pezzo, nelle partnership che attiva con le aziende, nella modalità in cui si pone al cliente e nella costante formazione. Notiamo peraltro che ci sono ancora diversi titolari di showroom che si pongono come attori passivi perché non si sono ancora evoluti. A cui peraltro si contrappongono dei casi virtuosi e molto interessanti.

Per concludere, come immaginate il bagno del futuro?

Immaginiamo sostanzialmente un paio di scenari. Il primo, dedicato alle abitazioni sempre più ridotte e metropolitane, all'interno delle quali il bagno diventa parte integrante della casa, magari fondendosi con la camera da letto in un unico spazio. Il secondo, invece, dedicato al bagno inteso come wellness, ovvero tutto ciò che è necessario per prendersi cura della propria persona, con spazi più ampi e definiti, prodotti sempre più integrati, performanti e tecnologici, al servizio del proprio benessere. In ogni caso, parliamo di un luogo caldo e silenzioso, costruito sulle preferenze e sulle necessità della persona, attento ai consumi e capace di durare nel tempo. ❖



La collezione Hung
di Scarabeo,
che ha vinto l'IF Product
Design Award 2017

Visti a ISH



Design
GIOVANNI
CALISTI

SCARABEO
Teorema 2.0



Design
MENEHELLO
PAOLELLI
ASSOCIATI

VICTORIA+ALBERT
Pembroke



Design
PATRICK
FREY

VILLEROY & BOCH
Finion