

321.20 il bagno

OGGI E DOMANI

IN COPERTINA

TWIN by CERAMICA FLAMINIA
ICONE NELLO SPAZIO
E NEL TEMPO



WELLNESS IS WELLNESS – GLASS1989

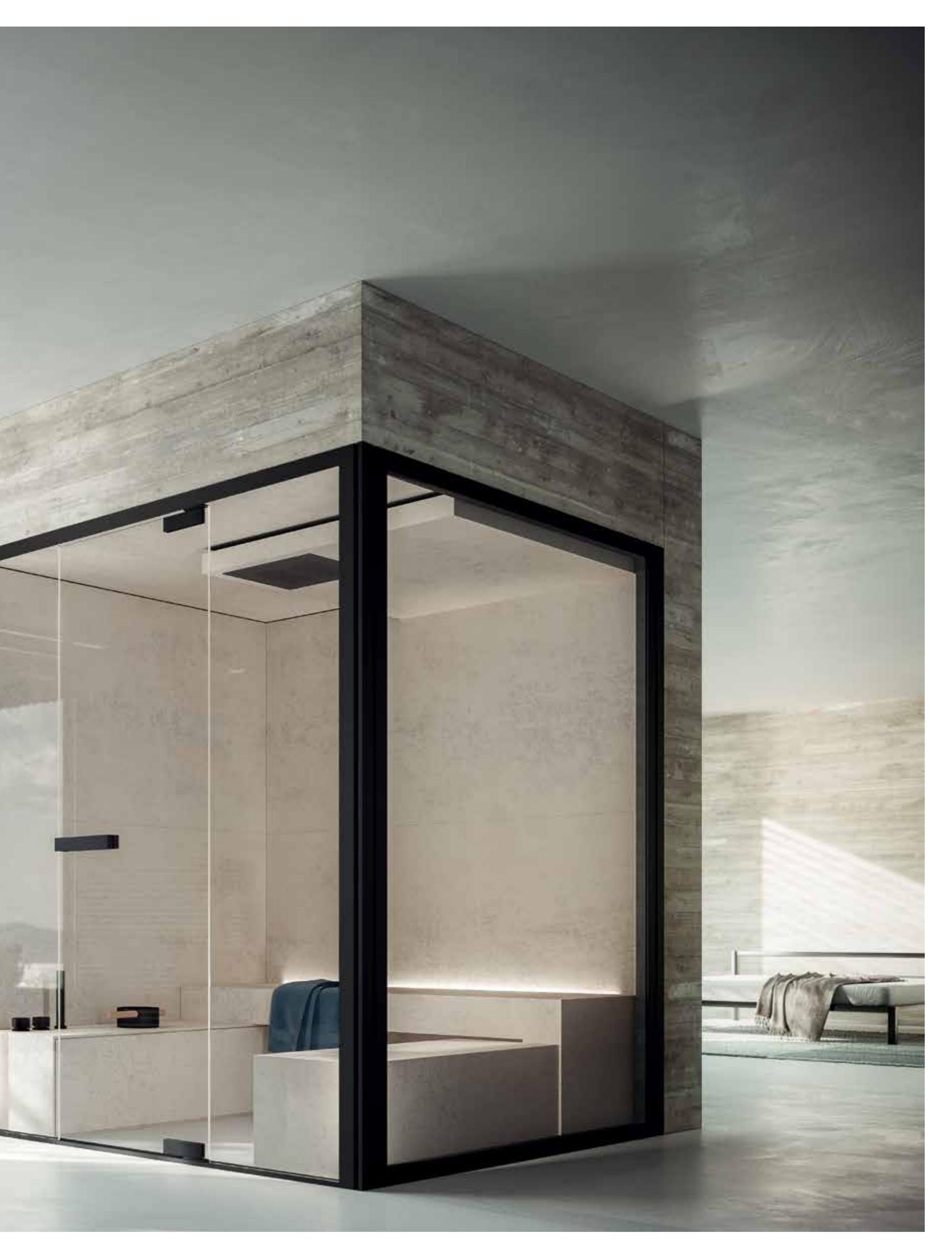
BENESSERE SU MISURA

UNA VISIONE DELL'AREA BENESSERE, IMMAGINATA COME FOSSE UNA DIMORA NELLA DIMORA, PROGETTATA CON TUTTE LE ATTENZIONI PROGETTUALI CHE UN EDIFICIO IMPONE, E VISSUTA CON L'ASPIRAZIONE A STAR BENE. QUESTA LA CONCEZIONE DI BENESSERE QUI RACCONTATA A PIÙ VOCI DA GLASS1989.

DI CRISTINA MANDRINI E CLAUDIA MARFELLA

Con un'attenzione verso l'innovazione, il design e la sostenibilità, Glass 1989® ha ampliato progressivamente la propria concezione dell'area benessere, affiancando dal 2009 alle docce emozionali e all'idromassaggio, la produzione di saune e bagno turco. L'azienda è passata così da un concept prevalentemente domestico, a un altro orientato all'ospitalità e alle spa professionali, senza mai perdere di vista la ricerca, soprattutto su strategie comunicative e scelte produttive. Nel primo caso ha virato sul digitale, dando spazio alla realtà virtuale che sopperisse, soprattutto in tempi recenti, all'esperienza concreta da fare sui prodotti. Nel secondo ha puntato alla sperimentazione di materiali inediti, come il sughero adoperato al posto di vetroresine o plastiche per isolare gli ambienti di ChillOut, sauna e hammam disegnata dallo Studio Meneghello Paoletti Associati. ■





WELLNESS IS A WARM SWEET HOME

STEFANO BOCCALON, AMMINISTRATORE DELEGATO, GLASS1989®

Quali sono le sfide insite nella progettazione di uno spazio dedicato al benessere?

“La riuscita di un ambiente wellness è possibile attraverso una specifica consulenza che definisca un progetto concepito su misura e sulle esigenze di una committenza variegata. Per riuscire a ideare progetti che non siano standard, è necessario avere a disposizione prodotti flessibili, customizzabili, realizzati con materiali naturali che dialoghino con il corpo e trasmettano sensazioni positive. Il rapporto diretto con il progettista o con l'utente finale è poi fondamentale, perché le complessità da affrontare sono tante e non sempre possono essere risolte dagli showroom. Per consigliare e seguire il cliente nelle diverse fasi di ideazione, abbiamo un ufficio dedicato, il cui intento, ovviamente, non è quello di sostituirsi al rivenditore, ma di supportarlo con un'assistenza mirata. L'ambiente spa è una casa nella casa che necessita di tutti quegli impianti che sono indispensabili per un'abitazione. È una piccola dimora, progettata per essere confortevole e per adempiere alla sua funzione”.

ChillOut doveva essere la novità della primavera 2020 che la pandemia non ha permesso di presentare. Nell'impossibilità di partecipare ad appuntamenti fieristici, come promuoverete questo e altri progetti?

“Impedendo viaggi e spostamenti, l'emergenza sanitaria ci ha fatto riflettere sull'uso di strumenti alternativi, su una strategia comunicativa che non preveda necessariamente la presenza fisica dei prodotti. Abbiamo, quindi, fatto un salto di qualità digitale importante, con cataloghi multimediali interattivi che offrono un'ampia scelta per le personalizzazioni. ChillOut ha acquisito una vita virtuale, grazie a simulazioni che consentono di immergersi e immedesimarsi nello spazio, giocando con i materiali e con la flessibilità modulare dell'ambiente, adatto anche a piccoli spazi.

Stiamo cercando di cogliere le opportunità che ci sono, anche in un tempo complesso come quello che stiamo attraversando. Il lockdown ci ha fatto riscoprire la dimensione domestica e l'area benessere, per cui chi può cerca di inserire mini piscine da interno o da esterno, hammam o sauna”.

In termini di fatturato che rilievo riveste il wellness per Glass1989®?

“Ha un peso significativo, dal momento che la vendita di saune, hammam, mini piscine e vasche idromassaggio, occupano il 50% del fatturato, mentre il restante 50% comprende quei sistemi che trasmettono un concetto più ampio di benessere, con l'area doccia e i suoi miscelatori più evoluti. Oltre all'Italia, i nostri mercati di riferimento in Europa sono Francia, Germania e Svizzera, ma percentuali importanti di fatturato le raggiungiamo anche in Medio Oriente e in estremo oriente. La Cina, ad esempio, è il paese che è ripartito per primo, dandoci un po' di ossigeno, anche se lì i nostri competitor sono più rapidi nella produzione e più economici, per cui dobbiamo riuscire efficacemente a comunicare le ragioni di certe differenze, sia nelle tempistiche sia nei costi”. ■



STEFANO BOCCALON,
AMMINISTRATORE DELEGATO, GLASS1989®



“L'ambiente spa è una casa nella casa che necessita di tutti quegli impianti che sono indispensabili per un'abitazione. È una piccola dimora, progettata per essere confortevole e per adempiere alla sua funzione”.

WELLNESS IS PLANNING

MARCO PAOLELLI E SANDRO MENEGHELLO, STUDIO
MENEGHELLO PAOLELLI ASSOCIATI



Esplicitare la funzione dell'oggetto attraverso il disegno, oppure procedere per assonanze, è quanto ha fatto lo Studio Meneghello Paoelli Associati con le creazioni prodotte per Glass1989®, sempre orientate al benessere. Basti pensare a Sofa, vasca free standing in HardLite, premiata nel 2015 al Design Plus alla fiera ISH di Francoforte, che nella forma riprende appunto quella di un comodo divano. Oppure HSH - Sauna che assume la forma di una casa in miniatura, rispondendo alla vocazione dell'ambiente wellness di essere dimora nella dimora, una vera Home Sweet Home, espressione indicata per l'appunto con l'acronimo HSH. Con ChillOut assistiamo a un cambio di metodo già nell'identificazione del nome che richiama una condizione, facendo leva sulla componente emozionale. "ChillOut è uno spazio architettonico dal design neutro, estremamente flessibile nelle dimensioni e nelle personalizzazioni - ci ha spiegato Marco Paoelli. È composto da una parte in alluminio che permette di avere variazioni millimetriche nelle misure, da rivestire con pannelli. Un modulo adatto per la sauna, l'hammam e la doccia, con svariate finiture, 4 varianti di eco resina da abbinare al grès per l'hammam e 2 finiture legno per la sauna". La modularità di ChillOut consente di comporre su misura tre volumi distinti, da accostare in modo versatile, attraverso due elementi in continuità: il profilato in alluminio e il vetro. "Il processo che ci ha portati all'ideazione di ChillOut è stato lungo e ci ha permesso di capire quale dovesse essere l'approccio giusto per arrivare al prodotto giusto - ha precisato Sandro Meneghello. Siamo partiti da una griglia, per dare un aspetto costruttivo all'ambiente, definendolo e nascondendo alcuni elementi funzionali. Penso, ad esempio al sughero, materiale eco sostenibile, smaltibile al 100% e riciclabile, usato per isolare la sauna dall'hammam, al posto della lana di vetro che crea molti più problemi in termini di impatto ambientale. Insomma, c'è tanto di nascosto in questo progetto ed è per questo che ha necessitato di tempi lunghi di sviluppo". ■

MARCO PAOLELLI,
STUDIO MENEGHELLO
PAOLELLI ASSOCIATI

"ChillOut è uno spazio architettonico dal design neutro, estremamente flessibile nelle dimensioni e nelle personalizzazioni. È composto da una parte in alluminio che permette di avere variazioni millimetriche nelle misure, da rivestire con pannelli in diversi materiali".



SANDRO MENEGHELLO,
STUDIO MENEGHELLO
PAOLELLI ASSOCIATI

"Siamo partiti da una griglia, per dare un aspetto costruttivo all'ambiente, definendolo e nascondendo alcuni elementi funzionali. Penso, ad esempio al sughero, materiale eco sostenibile, smaltibile al 100% e riciclabile, usato per isolare la sauna dall'hammam, al posto della lana di vetro che crea molti più problemi in termini di impatto ambientale".



WELLNESS IS EXHIBITION

LUIGI GILIBERTI, TITOLARE DELLO SHOWROOM
CALLEA SRL DI MONOPOLI (BARI)

Lo showroom Callea Srl di Monopoli, in provincia di Bari, tra i partner storici di Glass1989®, ritiene sia indispensabile dar vita a una sinergia e a una complicità con le aziende produttrici che rappresenta. Fondato nel 1977 e recentemente rinnovato, lo showroom ha 21 dipendenti, occupa uno spazio di 1.500mq e dispone di 1.000mq di deposito. A parlarci di un'attività consolidata nel tempo, è stato Luigi Giliberti che insieme ai fratelli Antonio e Fabrizio guida lo showroom, definito da Stefano Boccalon tra i più belli d'Italia.

“In oltre 40 anni di esperienza abbiamo imparato ad adattarci ai cambiamenti di un mercato che negli ultimi anni è stato messo sotto pressione dalla grande distribuzione. Ci rivolgiamo a una fetta di mercato esclusiva, attratta dal nostro showroom perché ha prodotti all'avanguardia. Siamo al momento, ad esempio, gli unici in Italia ad avere in sala mostra un prototipo di ChillOut, l'ultimo interessante prodotto di Glass1989®.

Ai nostri clienti proponiamo soprattutto dei progetti completi e siamo molto attenti alla formazione specializzata dei nostri venditori, in grado di trasferire agli utenti contenuti elevati, presentando prodotti tecnologicamente complessi, ma di facile utilizzo,



per supportare le richieste di una committenza esigente e informata. La vendita di un progetto wellness è diventato parte integrante del progetto casa; siamo noi per primi a crederci, convinzione esplicitata dalle modalità con le quali presentiamo in sala mostra le nostre proposte. Il nostro è un atteggiamento propositivo nei confronti del mercato, supportati da aziende lungimiranti, come Glass 1989®. Nell'ideazione di un progetto, seguiamo il cantiere fino alla fine e, convinti che il post vendita sia un servizio fondamentale, ricontattiamo il cliente a lavori ultimati per sapere se è soddisfatto degli acquisti e se ha eventualmente maturato altre esigenze”. ■