

344.24

il bagno

OGGI E DOMANI

IN COPERTINA
IONIKA

L'ELEGANZA
SECONDO NEWFORM



il bagno
EXTRA+
CLICCA
QUI

ATTUALITÀ / SPECIALE CERSAIE

CERSAIE 2024: A SPACE FOR ARCHITECTURAL DESIGN

COSÌ RECITA IL TITOLO DEL MANIFESTO DI CERSAIE 2024, UNA FIERA MA SOPRATTUTTO UN LUOGO DOVE GLI SPAZI ARCHITETTONICI TROVANO VARIE DECLINAZIONI E INTERPRETAZIONI, IN BASE ALLE ESIGENZE DI COMUNICAZIONE E INTERAZIONE DEGLI ESPOSITORI CHE, OGGI PIÙ CHE MAI, CURANO MOLTO L'ESPERIENZA CHE IL VISITATORE PUÒ VIVERE MUOVENDOSI ALL'INTERNO DEI LORO STAND E TRA I PRODOTTI ESPOSTI.

DI CRISTINA MANDRINI
E FRANCESCA GUERINI ROCCO

CORDIVARI

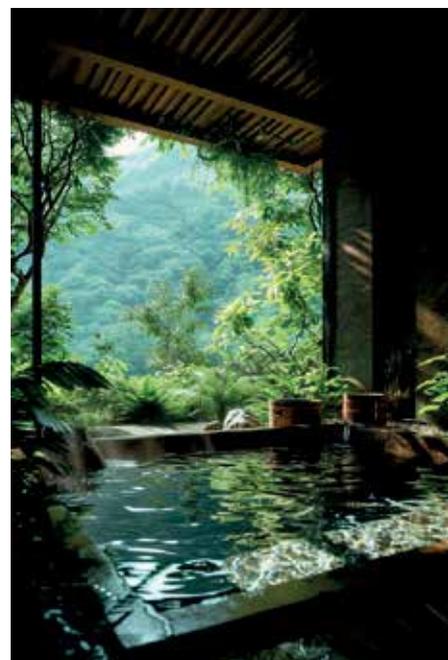


LUCA DI GIANNATALE,
RESPONSABILE MARKETING

COMFORT A 360°

Il nostro mezzo di comunicazione è il calore, inteso soprattutto come comfort climatico: in questi ultimi anni i nostri terminali di impianto, anche nel bagno, sono sempre più orientati a un benessere climatico a 360 gradi, sia estivo sia invernale. All'ultimo Salone del Bagno, infatti, abbiamo lanciato dei prodotti con funzioni caldo-freddo, progettati tenendo come principale riferimento la stanza da bagno. Sono pensati per un pubblico di 35-50enni che spesso vive fuori casa: ecco perché puntano sul comfort immediato e intelligente, programmabile, gestibile da remoto e in maniera flessibile. Senza contare le elevate performance tecniche e la semplicità di installazione. L'aspetto fondamentale, però, è la capacità del prodotto di adattarsi alle esigenze dell'utilizzatore. Le designer Monica Alegiani e Vanessa Massacci, come ogni anno, hanno progettato lo stand dopo aver fatto con noi una riflessione proprio su questo tema.

Biophilic Design



MONICA ALEGIANI E VANESSA MASSACCI

VIAGGIO ON DEMAND NEL BENESSERE QUOTIDIANO



Come designer dei prodotti stessi, è stato semplice convogliare i concetti nella progettazione dello stand: ciò che rappresenta il prodotto si riflette anche nello stand. Al centro c'è l'uomo: i prodotti sono progettati per una vita iperconfortevole e lo stand suggerisce un'idea di comfort totale, con un approccio olistico. Le strutture termiche non sono soltanto belle, ma offrono anche accoglienza, benessere e multifunzionalità. Lo spazio è suddiviso in ambientazioni a tema, con richiami alle abitudini quotidiane di vari target. Gli ambienti diventano così camaleontici trasformandosi da bagno a gym, da living a office. Proprio come un prodotto Cordivari che con accessori diversi può vivere in un bagno come in un living. Lo scaldasalvietta che funge anche da mensola è perfetto nella stanza da bagno, ma utile anche nell'ingresso, per offrire una piccola coccola prima di uscire o quando si torna a casa. Parliamo di innovazione e sostenibilità, risvegliando i cinque sensi per far vivere un'esperienza emozionale all'interno dello stand, dove si ritrovano tutti i valori del brand: bellezza, funzionalità, innovazione tecnica, versatilità fuori dagli schemi. Cordivari è stata tra le prime a portare i prodotti fuori dalla stanza da bagno e apre sempre nuovi scenari, con potenzialità ancora inesprese. Il termosifone oggi è diventato termoarredo, la pompa di calore può gratificare altri sensi, interno ed esterno tendono a fondersi. Non a caso, nel precedente Salone del Bagno, Cordivari ha integrato una pompa di calore in un'ambientazione verdeggianti per esterni: a sottolineare il duplice valore progettuale dei suoi prodotti, estetico e sostenibile.