

Comunicato stampa

14 dicembre 2020

Inside | Outside – Pop up my Bathroom individua tre tendenze a lungo termine per il design dell’ambiente bagno in occasione di ISH digital 2021

Antje Schwickart
Tel. +49 69 75 75-6474
Antje.Schwickart@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ish.messefrankfurt.com

Pop up my Bathroom, la piattaforma informativa per i professionisti del settore dell’arredo bagno, architetti e designer, sta per inaugurare la nuova stagione dedicata alla stanza da bagno: in occasione di ISH digital 2021, la campagna di comunicazione organizzata dalla Associazione tedesca dell’industria idrosanitaria (VDS) e da Messe Frankfurt evidenzia le ultime tendenze per il settore dell’arredobagno.

Tra queste si distinguono in particolare le tre tendenze .Smart Bathroom, .Green Bathroom e .Living.Bathroom, che influenzeranno in maniera permanente la progettazione e la realizzazione delle stanze da bagno negli anni futuri. Con il nuovo slogan Inside | Outside, gli organizzatori di Pop up my Bathroom pongono nella rappresentazione delle tendenze l’accento sulla crescente influenza dell’innovativa tecnologia a scomparsa.

Cosa contraddistingue realmente una stanza da bagno moderna? L’estetica o i sanitari, i materiali o la tecnologia? La verità è che in futuro sarà quasi impossibile fare una distinzione tra questi elementi, che si fonderanno in un’offerta omogenea con diversi standard di qualità. Committenti e professionisti del settore dell’arredo bagno possono differenziarsi dal mainstream optando per una progettazione professionale con una zonizzazione intelligente, un arredamento orientato al lifestyle, un tocco in più di comfort e un concept generale spiccatamente ecologista. È diventata sempre più prassi comune arredare il bagno con sanitari innovativi e sostenibili e con una dotazione tecnologica con un numero sempre maggiore di funzioni digitali. Nel corso dei prossimi anni saranno proprio questi concept che offrono un valore aggiunto grazie alla dotazione tecnologica a rivelare quali funzioni possono conquistare i clienti attraverso un’implementazione funzionale alle loro esigenze.

“Le nuove sfide nella definizione di un nuovo standard di qualità non vanno cercate nei singoli prodotti, quanto piuttosto in un networking intelligente di tutti i prodotti. Per il futuro è necessaria una nuova interpretazione del pensiero olistico sperimentando approcci sistemici trasversali”, dichiara Jens J. Wischmann, presidente della VDS, spiegando il tema che si cela dietro il nuovo motto Inside | Outside di

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Pop up my Bathroom.



Il nuovo motto Inside | Outside di Pop up my Bathroom.
Foto: Karsten Jipp, Associazione tedesca dell'industria idrosanitaria (VDS)

La richiesta di interventi di ammodernamento e ristrutturazione in abitazioni private, istituti scolastici e nel settore hospitality

Stando a quanto preannunciato dalle società di ricerche di mercato, una lunga ondata di ristrutturazioni attende il settore immobiliare nei prossimi anni. Da un sondaggio commissionato dalla VDS emerge che in Germania il restyling del bagno è in cima alla lista degli interventi di ristrutturazione previsti. Secondo i risultati di questa indagine, 16,7 milioni di tedeschi hanno intenzione di investire nell'ammodernamento del proprio bagno nel prossimo futuro, e 6,2 milioni programmano addirittura una ristrutturazione totale di questo ambiente. Con questi presupposti, ISH digital 2021 acquisisce un'importanza particolare. Soluzioni e prodotti concepiti appositamente per la ristrutturazione e l'ammodernamento della stanza da bagno potrebbero aiutare il settore a sfruttare pienamente il dinamismo di questo mercato e a strutturarli in modo più efficiente, nonostante la carenza di personale. "Con il motto Inside | Outside intendiamo convogliare l'attenzione sui veri protagonisti della progettazione professionale della stanza da bagno, ovvero gli invisibili prodotti e tecnologie "a scomparsa", che innanzitutto consentono una progettazione olistica del bagno e facilitano sempre più le operazioni di montaggio per gli artigiani. Un bagno moderno dunque è la somma di prodotti innovativi "a parete" e di tecnologie e sistemi intelligenti "a scomparsa". A ISH digital 2021 sperimenteremo molte soluzioni innovative per il mercato in forte espansione delle ristrutturazioni dell'ambiente bagno", afferma il presidente Wischmann.

Perfetto connubio di elementi "a parete" e "a scomparsa": sistemi di installazione per la ristrutturazione del bagno nelle abitazioni private.

ISH digital
The world's leading trade fair
HVAC + Water
Francoforte, 22 – 26 marzo 2021

Quanto più grande e tecnologico è il prodotto, tanto più elevata sarà la

percentuale di artigiani specializzati e rivenditori coinvolti nella ristrutturazione del bagno. L'industria idrosanitaria mette a disposizione diversi sistemi di installazione per rendere la ristrutturazione il più semplice possibile. Le installazioni a parete sono offerte da numerosi produttori e semplificano notevolmente il montaggio di nuovi prodotti con conduzione dell'acqua. L'offerta comprende elementi per wc sospesi e wc con doccetta con sistema di aspirazione degli odori disponibile come optional. Inoltre vi sono elementi a parete per rubinetti a muro e docce con scarico a parete. Sono disponibili anche elementi per lavabi, orinatoi e bidet; inoltre i produttori mettono a disposizione anche piastre di montaggio per accogliere barre e maniglioni di sostegno per la (ri)progettazione del bagno senza barriere.

In occasione di ISH digital 2021 Pop up my Bathroom intende mostrare la complessità del progetto che un giorno diventerà una stanza da bagno di lifestyle: un progetto che si traduce in un insieme armonioso solo sincronizzando il lavoro degli artigiani. Questa interrelazione tra prodotti idrosanitari e sistemi di installazione per la ristrutturazione e il montaggio viene illustrata anche dal nuovo key visual della campagna di comunicazione: senza artigiani niente spa privata. Nel corso dei prossimi mesi le tre tendenze sviluppate da Pop up my Bathroom saranno visualizzate rendendo trasparenti i loro meccanismi. L'interazione tra prodotti di design ed elementi orientati alla tecnologia dovrebbe interessare in modo particolare sia gli architetti che i professionisti dell'arredo bagno. A questi target si rivolge in modo mirato la campagna di Pop up my Bathroom 2021, sia sul piano professionale che emozionale.

.Smart Bathroom: le innovazioni tecnologiche ottimizzano le funzionalità e le modalità di utilizzo della stanza da bagno

Pop up my Bathroom non mostra la stanza da bagno di un futuro lontano, bensì il 'bagno smart' con funzioni tecnologiche disponibili attualmente. Combinando prodotti disponibili sul mercato è possibile creare un "bagno smart" esemplare: lo specchio come centralina delle informazioni, il controllo intelligente dell'uso di acqua (doccia, ecc.), il comando tramite app dei wc con doccetta, la funzione disinfettante mediante l'utilizzo della luce ultravioletta (UV), il controllo intelligente dell'illuminazione e le tecnologie contactless; tutto questo troviamo nel trend "Smart Bathroom".

.Green Bathroom: conservazione delle risorse e senso di appartenenza alla natura grazie a prodotti sostenibili e a nuove opzioni di design

Il bagno ecologico è un evergreen di crescente importanza per il settore. La strada verso una stanza da bagno sostenibile non passa solo attraverso prodotti tecnici estremamente complessi e tecnologie all'avanguardia, ma anche attraverso prodotti utilizzabili a lungo termine realizzati con materiali naturali. Il trend „Green Bathroom“ esprime un concept futuro che combina in modo ottimale prodotti smart per il risparmio idrico ed energetico,

produzioni industriali a basso impatto ambientale, materiali sostenibili e un design durevole nel tempo, trasmettendo anche un senso di appartenenza alla natura.

.Living Bathroom: il bagno diventa sempre più un 'salotto' all'insegna del lifestyle moderno

Il trend „Living Bathroom“ è la risposta alla richiesta, oggi sempre più forte, di un rifugio privato e oasi di benessere all'interno delle proprie mura domestiche; un ambiente confortevole e dallo stile individuale. Negli ultimi anni la stanza da bagno ha vissuto una costante rivalutazione. Comfort, zeitgeist, moda e stile, ma anche moderni concetti di utilizzo della stanza da bagno volti a una maggiore qualità della permanenza e alla pratica di attività rilevanti per la salute rappresentano oggi i punti cardine di una progettazione professionale dell'ambiente bagno. Nel trend „Living Bathroom“ l'ambiente bagno si arricchisce di mobili e materiali; tutto diventa più bello e più flessibile. Sono ancora molti i bagni 'vecchi' che attendono di essere ridestati a nuova vita.

La mostra del bagno più cool del web: rilancio del sito e intensificazione delle attività sui social media

Pop up my Bathroom mira a fornire a progettisti, architetti, interior designer, ricercatori di tendenze, così come al comparto dell'industria, del commercio e dell'artigianato, preziosi impulsi per una progettazione moderna dell'ambiente bagno e a mostrare le sue potenzialità per la cultura del bagno di una società individualista. Dopo il rilancio del sito web www.pop-up-my-bathroom.de, i visitatori possono trovare qui la più ampia raccolta di report sul tema del bagno, così come una panoramica aggiornata delle tendenze, dei materiali e dei nuovi prodotti. Il prolungamento sui social media della mostra del bagno digitale è stato accolto molto bene anche su Instagram; la mostra del bagno forse più cool del web beneficia di una selezione di articoli redazionali 'neutrali', a volte anche critici, e segna una crescita costante. "Con Pop up my Bathroom, la nostra piattaforma neutrale e senza pubblicità, puntiamo con 1 milione di visualizzazioni a un nuovo record di accessi quest'anno. Circa un terzo dei visitatori proviene dall'estero", afferma Jens J. Wischmann, riassumendo il track record di grande successo della piattaforma bilingue della VDS.

Comfort, sostenibilità e smartness: Pop up my Bathroom diventa il principale hub informativo per il mondo del bagno

La prospettiva futura del bagno è una piattaforma dotata di sistema con soluzioni di design personalizzabili negli stili più diversi. Al centro vi è il pensiero sistemico che concepisce la stanza da bagno come un progetto olistico. ISH digital 2021 è la vetrina delle soluzioni "a parete" e "a scomparsa" e raffigurerà questa prospettiva futura. Oltre a potenziare il sito web come hub informativo principale per i professionisti del settore dell'arredo bagno e architetti, la VDS vede anche nella pubblicazione di comunicati stampa tramite il Press Center

ISH digital
The world's leading trade fair
HVAC + Water
Francoforte, 22 – 26 marzo 2021

digitale di Pop up my Bathroom uno strumento di supporto per il settore e per ISH. „Pop up my Bathroom svolgerà sicuramente un ruolo particolare a ISH digital 2021, perché possiamo contare, per così dire, su una grande community. Ci concentreremo su tre importanti temi di tendenza per il mondo del bagno: comfort, sostenibilità e smartness. Questi tre temi caratterizzeranno il bagno del futuro così fortemente nei prossimi anni che con la nostra campagna Pop up my Bathroom intendiamo lanciare un segnale”, illustra così Jens J. Wischmann il ruolo della piattaforma delle tendenze a ISH digital 2021.

Per ulteriori informazioni: www.pop-up-my-bathroom.de

Press Center digitale Pop up my Bathroom:

<https://www.pop-up-my-bathroom.de/en/press/press.php#/>

Informazioni più dettagliate su ISH digital sono disponibili all'indirizzo:

www.ish.messefrankfurt.com.

Comunicati stampa e materiale fotografico:

www.ish.messefrankfurt.com/press

ISH è in rete:

www.ish.messefrankfurt.com/facebook

www.ish.messefrankfurt.com/twitter

www.ish.messefrankfurt.com/youtube

www.ish.messefrankfurt.com/linkedin

www.instagram.com/building.technologies.messeffm

Informazioni essenziali su Messe Frankfurt

Messe Frankfurt è il più grande operatore al mondo specializzato nell'organizzazione di fiere. Il Gruppo aziendale vanta un organico di circa 2500* collaboratori in 30 società affiliate. Nel 2020 la Società fieristica ha conseguito un fatturato annuo di circa 250* milioni di euro. Anche durante il difficile periodo della pandemia da coronavirus siamo collegati a livello internazionale con i nostri settori di attività. Lavoriamo in stretta collaborazione con i vari settori fieristici e supportiamo in maniera efficiente gli interessi dei nostri clienti con le nostre aree di business "Fairs & Events", "Locations" e "Services". Uno dei principali punti di forza del nostro Gruppo aziendale è la sua rete di distribuzione globale che copre in maniera capillare tutte le regioni del mondo. Un'ampia gamma di servizi, onsite e online, garantisce ai clienti in tutto il mondo un livello di qualità costantemente elevato e flessibilità nella pianificazione, organizzazione e realizzazione della loro manifestazione. Stiamo ampliando le nostre competenze digitali con nuovi modelli di business. Il ventaglio di servizi offerti spazia dall'affitto del polo fieristico all'allestimento degli stand, dai servizi di marketing al personale e alla ristorazione. La sede principale della Società è a Francoforte sul Meno. Gli azionisti sono la Città di Francoforte, che detiene il 60 per cento, e il Land Assia con il 40 per cento. Ulteriori informazioni sono disponibili ai siti: www.messefrankfurt.com

*cifre provvisorie 2020

ISH digital
The world's leading trade fair
HVAC + Water
Francoforte, 22 – 26 marzo 2021